



Commission européenne



UNE SÉLECTION DES
meilleures pratiques
Leader+

2008 / 3
FR





Une sélection des meilleures pratiques Leader+

■ Introduction	2	■ Irlande	49
■ Autriche	5	• Partenaires d'apprentissage	
• Holzbau-Zukunft		• La marque régionale West Cork	
• Promenade à la cime des arbres		■ Italie	57
■ Belgique	13	• Le taxibus	
• Sensibilisation à la valeur du paysage		• Projets de filières de production	
■ Danemark	17	■ Luxembourg	64
• Augmenter les revenus de la production		• Développement régional	
alimentaire danoise à petite échelle		par le changement culturel	
■ Finlande	21	■ Pays-Bas	67
• Kinokisa — Concours et festival de cinéma		• La merveilleuse Wieringen	
• Musique dans l'église à bardeaux		• La boulangerie de Jikkemiene	
■ France	28	■ Portugal	75
• Carte de fidélité et guide pratique		• Centre d'interprétation géologique de Canelas	
des commerces et services		■ Espagne	78
des Monts du Lyonnais		• Promotion d'accords et de pratiques agricoles	
• La semaine des saveurs et senteurs		durables	
■ Allemagne	37	• Musée territorial prépyréneen	
• Protection et valorisation du sapin argenté		■ Suède	86
■ Grèce	41	• Wision Ramkvilla	
• Unité de production vinicole		• Agneau de pré-salé — Conquérir le marché	
• Modernisation d'installations thermales		avec des produits locaux de qualité	
		■ Royaume-Uni	94
		• À la découverte du réseau des églises ouvertes	
		• Les femmes dans l'entreprise	



Introduction

Qu'est-ce que Leader+?

Leader+ est une initiative de la Communauté européenne qui vise à aider les communautés rurales à améliorer la qualité de vie et la prospérité économique de leur région. Il est cofinancé par la section «Orientation» du Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA). Leader+ a été précédé de Leader I et de Leader II.

Le programme Leader+ se déroule dans le cadre de la période de programmation 2000-2006 (mais permet l'exécution de projets jusque la fin de 2008). Son objectif est d'encourager et d'aider les acteurs ruraux à réfléchir au potentiel à plus long terme de leur région. Il cherche à encourager la mise en œuvre de stratégies de développement durable originales, intégrées et de grande qualité, conçues dans le but d'encourager l'expérimentation de nouvelles formes:

- de valorisation du patrimoine naturel et culturel;
- de renforcement de l'environnement économique pour la création d'emplois;
- d'amélioration de la capacité organisationnelle de la communauté.

Avant l'élargissement de 2004, l'Europe comptait 893 groupes d'action locale (GAL) Leader+. Dans certains des États membres qui ont adhéré à l'Union européenne (UE) depuis 2004, des GAL sont déjà actifs dans le cadre d'une mesure de type Leader.

Leader+ s'articule autour de quatre axes prédominants:

- la valorisation des ressources naturelles et culturelles, notamment la mise en valeur des sites classés «Natura 2000»;
- l'amélioration de la qualité de vie dans les zones rurales;
- la valorisation des produits locaux, notamment à travers des démarches collectives et l'accès aux marchés pour les petites structures de production;

- l'utilisation de nouveaux savoir-faire et de nouvelles technologies pour rendre plus compétitifs les produits et services dans les zones rurales.

Vous pouvez également consulter le site <http://ec.europa.eu/leaderplus> pour obtenir plus d'informations sur la base juridique et le budget alloué à Leader+.

Pourquoi les meilleures pratiques?

Le présent ouvrage complète la publication *Leader+ Magazine* dans le but d'attirer l'attention sur les stratégies de développement local financées par Leader+ le mieux mises en œuvre.

La meilleure pratique Leader+ doit, en toute logique, être mesurée en fonction du degré de réussite de la mise en œuvre de l'«approche Leader».

Sept critères composent l'approche Leader

■ 1. L'approche territoriale

Cette approche suppose la définition d'une politique de développement sur la base de la situation particulière d'une région, de ses points forts et de ses points faibles. Leader perçoit cette région comme une entité rurale locale relativement homogène, caractérisée par la cohésion sociale interne, par une histoire et des traditions partagées, par un sentiment d'identité commune, etc. La sensibilité envers l'approche territoriale s'est accrue, les «instigateurs d'idées», dans la zone locale, s'étant rendu compte de l'importance des ressources endogènes pour réaliser le développement durable. Au niveau des GAL, l'approche territoriale a permis aux acteurs ruraux de mieux s'identifier au territoire.

■ 2. L'approche ascendante

Cette approche vise à encourager la prise de décision participative au niveau local pour tous les aspects de la politique de développement. Son objectif est l'implication des acteurs locaux, notamment de la communauté tout entière, des groupes d'intérêt économiques et sociaux et des représentants d'institutions publiques et privées. L'approche ascendante repose sur deux grandes activités, à savoir l'animation (promotion d'activités) et la formation des communautés locales, et intervient à différents niveaux du programme. Au niveau du projet, il est important que le projet soit lancé par des acteurs locaux et que le public concerné par l'action ait été consulté.

■ 3. L'approche de partenariat et le groupe d'action locale (GAL)

Le GAL est un ensemble d'acteurs publics et privés, unis dans le cadre d'un partenariat qui définit une stratégie commune et un plan d'action locale pour le développement d'une zone Leader+. Le GAL est l'une des caractéristiques les plus originales et stratégiques de l'approche Leader. Doté d'une équipe de praticiens, de pouvoirs décisionnaires et d'un budget relativement important, le GAL représente un nouveau modèle d'organisation qui est capable d'influencer considérablement l'équilibre institutionnel et politique de la région concernée.

Les GAL ont prévu des mécanismes adéquats pour la participation, la sensibilisation et l'organisation des acteurs locaux en faveur du développement rural. La répartition des tâches et des responsabilités entre les partenaires (autorités du programme, GAL, membres des GAL) devrait être claire et transparente.

■ 4. L'innovation

En plus du concept Leader et de sa mise en œuvre sur le terrain, ce qui est déjà innovateur en soi, l'initiative exige également que les actions soient novatrices. Il peut s'agir d'actions visant à promouvoir les ressources locales suivant de nouvelles méthodes, d'actions qui présentent un intérêt pour le développement local mais ne sont pas couvertes par d'autres politiques de développement, d'actions qui apportent de nouvelles réponses aux points faibles et aux problèmes des zones rurales ou d'actions qui créent un nouveau produit, un nouveau processus, de nouvelles formes d'organisation ou un nouveau marché.

L'innovation fait également partie intégrante du volet pédagogique et de la composante du travail en réseau du programme, diffusant des informations à d'autres groupes d'acteurs qui souhaitent s'inspirer de réalisations conçues ailleurs ou exécuter des projets communs.

■ 5. L'approche intégrée

Les actions et projets contenus dans le plan d'action locale sont liés et coordonnés pour former un tout cohérent. L'intégration peut concerner des actions menées dans un seul secteur, l'ensemble des actions ou groupes d'actions spécifiques d'un programme ou, en tout premier lieu, les liens entre les différents acteurs et secteurs économiques, sociaux, culturels et environnementaux impliqués dans la zone.

■ 6. Le travail en réseau et la coopération entre régions

En facilitant l'échange et la circulation d'informations sur les politiques de développement rural ainsi que la diffusion et le transfert de bonnes pratiques et de stratégies et actions innovatrices, le réseau Leader vise à réduire l'isolement des GAL et à créer une source d'information sur les actions et une source d'analyse des actions. Afin de compléter la mise en réseau actuelle aux niveaux européen et national, quelques GAL se sont organisés spontanément en réseaux informels.

Un autre élément clé de Leader est la coopération entre les régions rurales. La coopération entre les régions peut être transnationale, mais elle peut aussi être interterritoriale et se dérouler entre régions situées dans un même État membre. Sous Leader+, un budget spécifique est alloué aux projets en coopération (action n° 2).

■ 7. Le financement et la gestion au niveau local

Un autre élément essentiel de l'approche Leader est la délégation aux GAL d'une partie importante des responsabilités de prise de décision en matière de financement et de gestion. Le degré d'autonomie des GAL varie toutefois considérablement en fonction du mode spécifique d'organisation et du contexte institutionnel de l'État membre.

Ce critère doit, dès lors, être examiné au cas par cas dans les divers contextes administratifs.



Méthodologie de collecte et de sélection des bonnes et meilleures pratiques

Chaque année, le *Contact Point* Leader+, assisté d'experts, repère, avec l'aide des unités nationales d'animation, les bonnes pratiques parmi les projets Leader qui ont été exécutés au sein de l'UE et en sélectionne quelques-unes pour les inclure dans la base de données des bonnes pratiques que l'on peut consulter sur le site internet Leader+: <http://ec.europa.eu/leaderplus>.

Afin de renforcer la visibilité du travail exécuté sous Leader+, l'Observatoire Leader+ a décidé de compléter les informations fournies dans cette base de données en éditant une publication spéciale intitulée *Une sélection des meilleures pratiques Leader+*. Cette publication est la troisième édition des meilleures pratiques et est basée sur la sélection effectuée au cours de 2007. Les deux premières éditions qui comptent respectivement 21 et 25 meilleures pratiques sont parues plus tôt.

La méthode suivante a été utilisée: premièrement, le *Contact Point* a exécuté une analyse FFPM (forces/faiblesses/possibilités/menaces) auprès des États membres sur la situation des bonnes pratiques. Les principaux partenaires pour cet exercice au sein des États membres étaient les unités nationales d'animation (UNA). Cette analyse a permis de conclure que les critères à appliquer pour repérer les bonnes pratiques étaient étroitement liés partout aux sept éléments Leader+. L'Observatoire Leader+ a ajouté deux autres critères qui mettent en évidence les aspects européens de Leader+: la transférabilité et la durabilité.

Le *Contact Point* Leader+ a ensuite commencé à recueillir des exemples auprès des États membres. Afin de parvenir à un «résultat honnête», une approche qui respecterait la diversité thématique, le type de projet et l'équilibre géographique, en plus des critères associés au contenu qui sont liés à l'approche Leader, a été adoptée. La sélection des 25 meilleures pratiques actuelles sur les 98 bonnes pratiques sélectionnées en 2007 a également cherché à respecter un équilibre conceptuel, thématique et géographique.

Cette troisième sélection ne prétend pas, bien entendu, être exhaustive puisqu'il s'agit d'un exercice annuel et que la quatrième et dernière édition est en préparation.





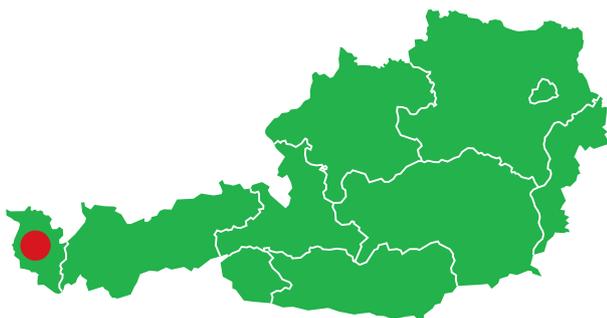
AUTRICHE

Holzbau-Zukunft

Contexte du projet

Le GAL Vorarlberg est situé dans les vallées alpines. De nombreux habitants de la région font quotidiennement la navette pour se rendre à leur travail, ce qui occasionne des problèmes de développement. Les possibilités d'emploi sont limitées pour les femmes, et la région manque de commerces et d'infrastructures appropriés. Cependant, le paysage culturel et naturel préservé offre au programme Leader+ de nombreuses possibilités de développement.

Le GAL a défini sept domaines prioritaires axés sur une gamme étendue de thèmes, couvrant les ressources naturelles et culturelles de la région, comme le bois, l'eau et le patrimoine culinaire. Le GAL ne souhaite pas se limiter à des préoccupations immédiates mais s'engager aussi dans la coopération interterritoriale. Ses objectifs sont les suivants: apprendre à valoriser l'environnement, non seulement comme source de satisfaction personnelle mais également pour établir et développer une identité et une créativité régionales. Il vise à encourager l'utilisation commerciale et durable des ressources naturelles et culturelles pour l'emploi, tout en maintenant la qualité de vie dans la région.



La région en chiffres

- Population: 64 468 habitants
- Superficie: 1 716 km²
- Densité de la population: 38 habitants/km²
- Nombre de communes: 51





En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le GAL a sélectionné comme thème principal les «rencontres avec le bois», ce matériau étant une source de revenus régionale importante. De manière générale, l'exploitation de la forêt est un thème important jouant un rôle significatif dans la protection de la nature, de l'eau et de l'agriculture. Ce projet a apporté une contribution importante à ce secteur et donné un coup de fouet à l'économie du bois du Vorarlberg.

Le projet a adopté l'approche ascendante qui favorise une coopération étendue entre les industries. Un grand nombre de personnes ont été intégrées au projet, et le GAL a invité des spécialistes du bois à débattre du projet au sein d'un «cercle» spécifique d'autres experts (en mettant l'accent sur les projets relatifs aux zones boisées), qui avait été créé par le GAL. Ce cercle a pris en compte un éventail d'idées plus large, ce qui a débouché sur une compréhension mutuelle de haut niveau.

Le projet comportait de nombreux aspects novateurs. Ses modules pédagogiques sous forme d'ateliers n'étaient pas accessibles auparavant aux apprentis menuisiers, et les méthodes de formation ont couvert tout un éventail de thèmes. De nouvelles méthodes de formation ont été utilisées et ont

connu un grand succès (par exemple, certains apprentis ont pu participer à des stages à l'étranger).

La transférabilité des expériences à d'autres régions alpines est évidente. Cependant, cela nécessite un degré de motivation personnel élevé. Dans le cadre du projet NENA (réseau d'entreprises alpines) du programme Interreg IIIB espace alpin, des tentatives sont en cours pour faciliter la transférabilité à d'autres régions alpines.

Des modules additionnels sont maintenant intégrés dans le programme d'apprentissage des menuisiers. Dans le cadre d'un projet Interreg IIIB, le développement des modules pédagogiques est étendu au niveau international, ce qui intensifiera les échanges entre les apprentis. En 2007, un échange international est prévu avec des jeunes de la région piémontaise (Italie) et de la région lyonnaise (France), ce qui offrira de nouvelles possibilités de travail en réseau et d'échanges linguistiques et culturels.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Un groupe de petites et moyennes entreprises (PME) comptant près de 110 maîtres menuisiers a reconnu qu'il devenait



difficile de recruter de nouveaux apprentis. Depuis peu, le nombre de jeunes faisant une demande d'apprentissage en menuiserie-charpenterie est en régression. Une association d'artisans est donc arrivée à la conclusion que l'image et la qualité de ce secteur artisanal devaient être renforcées pour attirer davantage de jeunes.

La nécessité d'intégrer plus fortement les compétences sociales dans les programmes d'apprentissage a également été reconnue. Le groupe a donc décidé de développer un programme d'apprentissage coopératif.

■ 2. Activités principales

Holzbau-Zukunft est un programme éducatif étendu comportant plusieurs modules de formation, mis en œuvre par des entreprises du secteur de la construction en bois (PME) et des fournisseurs de bois (producteurs de bois d'œuvre, propriétaires de bois, scieries, etc.) du Vorarlberg. Leader+ a contribué à développer un modèle à trois piliers mis en œuvre dans la formation des apprentis.

Outre leur formation directe dans des entreprises et des centres de formation, les apprentis acquièrent et développent des compétences dans des domaines spécifiques liés à la connaissance du métier et des compétences sociales. Les modules du programme de formation sont répartis sur trois ans:

- la première année comporte plusieurs semaines consacrées à un projet axé sur les «expériences en menuiserie». Cela a conduit à une aide interentreprises dans les domaines du développement de l'artisanat, de la théorie et de l'épanouissement personnel. Tous les apprentis qui finissent la première année participent à un projet d'une semaine dans un chalet alpin. Différents menuisiers, conférenciers et formateurs intervenant comme surveillants et formateurs en communication sont également présents tout au long de la semaine. Le point culminant du séjour est une séance de canyoning qui favorise l'esprit d'équipe et constitue une expérience forte en émotions. Au cours de la première année, les jeunes sont soumis à un apprentissage intensif des techniques artisanales. Les résultats de leur travail (objets en bois pour les équipements sociaux) sont vendus, mis aux enchères ou donnés à la fin de ce projet d'une semaine;
- la deuxième année d'apprentissage repose sur des ateliers. Les stagiaires passent une semaine dans un atelier d'apprentissage où ils gèrent leur propre travail et acquièrent des compétences essentielles dans différents secteurs;

- au cours de la troisième année, les apprentis reçoivent une formation innovante et spécifique. Munis du titre «Auf der Walz neu» (sur la nouvelle voie), ils voyagent durant près de dix jours dans différents pays, visitant de nouveaux projets et entreprises du bois afin d'acquérir de nouvelles expériences et compétences.

En plus des ateliers décrits ci-dessus, des modules de perfectionnement sont proposés aux apprentis. Dix séminaires d'une demi-journée sont organisés, couvrant chacun des thèmes liés à la formation permanente, à la physique du bâtiment et au personnel qualifié.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

125 apprentis de 51 entreprises ont participé au premier module du programme. En plus du travail réalisé au centre de formation et dans des entreprises spécifiques, le programme d'apprentissage a complété et développé des travaux et compétences concernant des projets spéciaux.

Le projet a assuré aux apprentis une formation du plus haut niveau, produisant des employés hautement compétents et très motivés. Cela garantit qu'un travail de menuiserie de qualité sera réalisé tout au long du projet. Ce projet Leader+ a assurément contribué à augmenter le nombre d'apprentis des métiers du bois, le nombre de professionnels passant de 28 à 43 au cours de la première année d'apprentissage.

Au total, 500 à 600 apprentis au minimum avaient été formés à la fin de décembre 2006.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

De manière générale, aucun problème n'a été signalé au cours du projet. La coopération et le travail en réseau entre les régions ont contribué à surmonter les différences régionales et ont également facilité la réalisation du projet.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Leader+ a joué un rôle considérable dans la mise en œuvre de ce projet. L'un des grands axes de la stratégie du GAL (qui est contrôlée et discutée par un groupe ou «cercle» d'experts du GAL) s'intitule «les rencontres avec le bois» dans le cadre desquelles le GAL cherche à soutenir le développement de la qualité et à localiser les synergies et coopérations.



Ce projet a assurément traité le thème cible du bois et a montré que le renforcement de l'image et les compétences sont essentiels pour favoriser l'économie. En outre, grâce à la conception innovante du programme d'apprentissage, la formation et le métier de la menuiserie dans son ensemble sont devenus plus attractifs, ce qui a débouché sur un plus grand nombre de travailleurs qualifiés et de possibilités d'emploi.



■ 6. Durée

Le projet a débuté en septembre 2001 et s'est terminé à la fin de février 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 570 475 EUR, dont 285 237,50 EUR provenant du FEOGA et 285 237,50 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Entwicklungsverein Natur- und Kulturerbe Vorarlberg

Personne à contacter: Franz Rüf
Adresse: Alberschwende Hof 19,
A-6861 Alberschwende

Tél. (43-5579) 71 71-0
Fax (43-5579) 71 71 71

E-mail: leader@leader-vlbg.at
Internet: www.leader-vlbg.at

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Innung BgA

Personne à contacter: Flavia Hollburg
Adresse: Wichnergasse 9, A-6800 Feldkirch

Tél. (43-5522) 30 52 44
Fax (43-5522) 30 51 09

E-mail: hollburg.flavia@wkv.at
Internet: www.holzbauzukunft.at

Photographies mises à disposition par le GAL Entwicklungsverein Natur- und Kulturerbe Vorarlberg

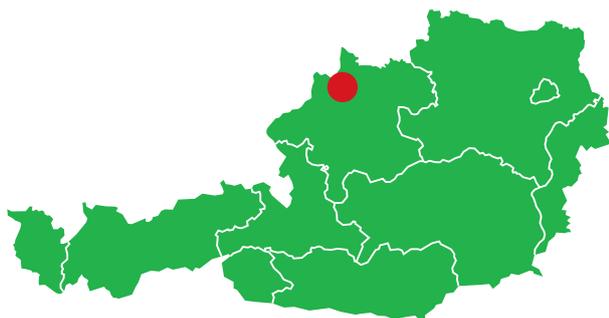
AUTRICHE

Promenade à la cime des arbres

Contexte du projet

La région du Sauwald est située sur le cours supérieur du Danube entre Passau et le méandre de Schlögen, en Haute-Autriche. Délimité par les contreforts des monts de Bohême, le terrain s'élève rapidement, passant d'une altitude de 250 m (Danube) à 900 m (Haugstein). La région du Sauwald n'est pas une zone boisée enclavée, mais plutôt une région à caractère alpin avec des prairies d'altitude alternant avec des zones boisées.

Le caractère rural de la région est un atout qui a longtemps été considéré comme une faiblesse. L'économie rurale occupe désormais une place de premier plan avec une forte demande en termes de qualité (www.sauwalderdaepfel.at), bien que certaines entreprises, comme Josko Windows ou Schwarzmüller Truck and Trailer Superstructures, se soient également fait un nom sur le marché international. Globalement, le tissu économique se compose de très petites entreprises de trois employés ou moins.



La région en chiffres

- **Population: 16 593 habitants**
- **Superficie: 238 km²**
- **Densité de la population: 70 habitants/km²**
- **Nombre de communes: 9**



© Verein Baumkronenweg



© Verein Baumkronenweg



© Regionalverband Sauwald, Thomas Müller

L'objectif et la stratégie de développement de la région consistent à la présenter commercialement comme «une région de loisirs du XXI^e siècle à votre porte». Le GAL a mis en œuvre avec succès de nombreux projets visant à faciliter la réalisation de cet objectif (par exemple un site internet signalant aux visiteurs et à la population locale les attraits spécifiques de la région et servant également de plate-forme pour coordonner le développement de la région).

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet valorise le potentiel endogène de la région forestière à des fins de loisirs locaux étroitement liés au paysage et à l'approche territoriale. Une grande partie de la forêt (près de 45 %), qui était traditionnellement considérée comme un point faible de la région (en raison de son faible potentiel en termes d'implantations industrielles et d'infrastructures), a été transformée en avantage par le développement touristique.

La coopération entre le GAL et Johann Schopf (l'exploitant local) a été marquée par une répartition claire des rôles. Le GAL possédait les compétences en matière de conseil en gestion et avait une connaissance pratique des possibilités offertes par le programme Leader+. L'équipe de Johann Schopf était motivée et disposée à prendre un risque en investissant ses fonds propres dans l'initiative.

Le projet est très novateur, car il a créé une nouvelle expérience touristique consistant à se promener à la cime des arbres. Le

parcours se compose d'une construction en bois innovante et met en œuvre les compétences artisanales traditionnelles des menuisiers locaux, ce qui a également créé une valeur ajoutée considérable. Étant donné que le projet a généré pour la région une source importante de nouveaux revenus, d'autres entreprises plus petites liées au tourisme tirent également bénéfice du projet. Les habitants ont également repris confiance dans la reprise économique et sont désormais fiers de leur région.

La popularité croissante du site a donné l'idée d'une intégration stratégique du projet avec d'autres institutions. Une consultation est actuellement menée auprès de 400 entreprises afin de déterminer s'il conviendrait de transformer la région en une région touristique uniforme. Des contacts ont été établis avec des associations de tourisme, des entreprises de restauration, des hôtels et plusieurs autres entreprises.

Les principes du projet sont transférables à d'autres régions rurales, et il y a déjà un autre GAL dans la forêt bavaroise qui prévoit de construire une promenade dans les arbres du même genre. Le GAL Sauwald considère cette perspective de façon positive et non comme une concurrence. Il est important qu'il y ait une distance suffisante (environ 100 km) entre chaque parcours de promenade à la cime des arbres, de sorte que les deux sites puissent maintenir leur nombre de visiteurs.

La viabilité économique a été atteinte, et tous les bénéfices sont réinvestis dans l'ensemble de la région pour l'entretien de la promenade à la cime des arbres, son extension et les campagnes





de publicité ciblées. Le projet a été développé par différents groupes d'intérêt, et son propriétaire est une association sans but lucratif de promenade à la cime des arbres qui repose sur des critères de développement durable.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Des groupes de recherche spécifiques ont été créés par le GAL à la fin de 2000/au début de 2001. Au même moment, le responsable régional a lancé l'idée de créer un circuit de randonnée peu commun, connu sous le nom de «Baumkronenweg» (promenade à la cime des arbres). L'idée est restée en sommeil durant une courte période, jusqu'à ce qu'un groupe de personnes de Kopfing im Innkreis, dirigé par un exploitant local, Johann Schopf, prenne conscience du potentiel du projet et présente au GAL des plans concrets de mise en œuvre.

■ 2. Activités principales

Le projet est une initiative Leader+ ambitieuse et a été intégré en tant qu'action prioritaire dans le plan de développement régional du GAL. Il a été mis en œuvre selon une approche ascendante par un groupe de personnes locales parmi lesquelles des exploitants agricoles, le maire, des médecins, des enseignants, des gardes forestiers, des étudiants, etc.

Presque tout l'investissement nécessaire pour construire la promenade à la cime des arbres est resté dans la région. Le projet a utilisé des produits locaux, du bois local et des constructeurs locaux. Deux parcours principaux ont été aménagés pour permettre aux visiteurs de se promener au-dessus des arbres: le premier serpente entre de jeunes arbres et atteint une hauteur d'environ 10 m au-dessus du sol, tandis que le second, long de 170 m, s'élève à une hauteur de 24 m. Ils sont agrémentés de plusieurs attractions: un pont suspendu, un toboggan long de 60 m, un labyrinthe en bois, deux «maisons de Tarzan» avec possibilité d'hébergement (36 lits), un terrier de renard ainsi que des lieux sécurisés pour tester son équilibre. Le site est également doté d'un système d'amplification des sons de la forêt.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

La réussite retentissante du projet était déjà manifeste avant même l'ouverture du site. Dès le stade de la construction, des milliers de visiteurs se pressaient sur place et le bouche-à-oreille

a fonctionné à un stade très précoce. Des articles publiés dans la presse nationale et étrangère ont eux aussi permis de faire connaître la promenade au grand public.

Un an après l'ouverture, en raison du flux important de visiteurs, 22 emplois ont été créés (y compris des postes à temps partiel adaptés aux femmes). Le nombre de créations d'emplois augmentera probablement la saison prochaine, à la suite d'une plus forte demande de visites guidées et des conditions spéciales accordées aux groupes de visiteurs. Le principal initiateur du projet, Johann Schopf, est devenu un entrepreneur du tourisme, puisqu'il fournit les produits de sa ferme aux visiteurs de la promenade à la cime des arbres.

Le projet est très populaire parmi les gens du pays et les touristes. 162 000 visiteurs ont été enregistrés dès le deuxième semestre de 2005 et 200 000 l'ont été en 2006. Les revenus provenant de ces visites sont déjà utilisés pour prolonger la promenade à la cime des arbres. Outre les aspects évidents de divertissement, la promenade à la cime des arbres a également une valeur éducative. Le parcours aménagé pour amateurs de la nature fournit des informations sur la biologie des arbres, les divers types d'essence, leur utilisation économique ainsi que les cycles naturels de la forêt.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Le groupe de projet et de mise en œuvre a eu un impact si important que le GAL a dû fournir des efforts supplémentaires tant sur le plan financier que sur le plan administratif. Le programme a été planifié, mis en œuvre et achevé en un temps record. Il n'y a eu aucun problème d'autorisation du projet, car celui-ci figurait comme priorité essentielle dans le plan de développement régional.

Le volet administratif du projet s'est avéré étendu et exhaustif, en raison de la taille du projet qui est à l'origine de retards dans la soumission des documents le concernant.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le projet a eu un effet de levier financier considérable sur les ressources privées, en particulier dans le domaine du tourisme. La promenade à la cime des arbres est passionnante, intéressante et éducative; elle a créé un nombre substantiel d'emplois et des revenus pour l'économie locale.





Une grande partie de la valeur ajoutée produite par le projet est revenue à la région, et il est précisé dans les statuts que les bénéfices doivent être réinvestis dans la région. Le projet a créé une chaîne de valeur ajoutée indirecte considérable qui stimule l'économie de la région.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en janvier 2005 et s'est terminé à la fin de juin 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 762 153 EUR, dont 299 464 EUR provenant du FEOGA, 185 512 EUR de fonds publics nationaux et 277 177 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Regionalverband Sauwald

Personne à contacter: Thomas Müller
Adresse: St. Aegidi 10, A-4725 St. Aegidi

Tél. (43-7717) 200 88
Fax (43-7717) 735 54

E-mail: office@sauwald.at
Internet: www.baumkronenweg.at
www.sauwald.at

*Photographies mises à disposition par le GAL
Regionalverband Sauwald*



BELGIQUE

Sensibilisation à la valeur du paysage

Contexte du projet

La région du GAL comprend les plateaux alluviaux de faible altitude du Brabant et de l'Hesbaye, caractérisés par des paysages de plaines agricoles et de vallées verdoyantes. Les communes sont traversées par les rivières Gette et Dyle. La plupart des maisons sont construites en briques et pierres de Gobertange.

La région, située à la périphérie de Bruxelles, jouxte la région flamande. D'importants changements démographiques ont eu lieu au cours des deux dernières décennies, avec pour conséquence une augmentation significative du revenu annuel moyen par habitant et une hausse considérable du prix de l'immobilier. L'agriculture, qui est toujours l'activité économique principale des régions rurales, repose principalement sur la culture de plein champ.

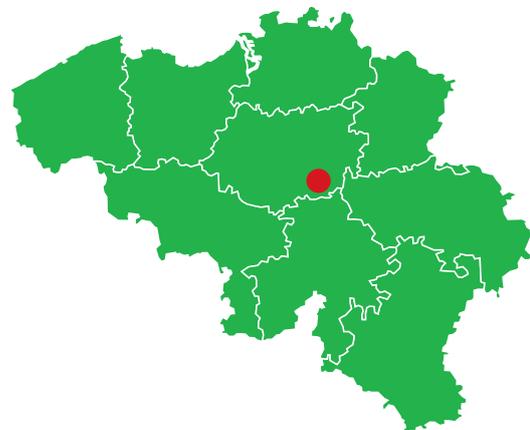
Les priorités du GAL sont axées sur la nature et l'environnement, le patrimoine culturel, le tourisme et les produits locaux.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans une approche territoriale. Le canton de Jodoigne a subi une perte d'identité en devenant une région dortoir en raison de sa proximité avec Bruxelles. Le paysage est menacé par le processus d'urbanisation, et les conflits se multiplient à propos des constructions nouvelles et des méthodes agricoles. Ces développements tendent à déplacer les habitants ruraux traditionnels au profit de populations nouvelles dites «néo-rurales». Le projet s'est attaqué à certains

La région en chiffres

- Population: 39 028 habitants
- Superficie: 270 km²
- Densité de la population: 144 habitants/km²
- Nombre de communes: 6





de ces problèmes en abordant non seulement les questions relatives à la dégradation du paysage, mais également en proposant des solutions pour encourager la cohésion et la mise en valeur du paysage. Le projet a permis aux communautés locales de s'identifier avec leurs territoires et de participer à son développement.

Le GAL s'est entretenu avec les parties prenantes locales sur la conception et la planification du projet. Un comité de suivi a ensuite été créé pour assurer la mise en œuvre et la diffusion des actions du projet. Les membres du comité venaient d'horizons divers: autorités locales, personnes s'intéressant aux questions du paysage, les six communes de la région, des architectes d'associations de défense de l'environnement, des exploitants agricoles, etc.

L'approche ascendante a été prise en compte dans le projet qui a invité les parties prenantes locales s'intéressant à la gestion du paysage à rejoindre le comité de suivi. Des réunions régulières ont également été organisées avec les conseils locaux afin de partager des informations sur les questions de patrimoine naturel et ont permis d'améliorer les liens de communication. La population locale a été informée du projet et les résultats de l'étude seront largement diffusés.

Le projet a été très novateur pour les six communes concernées. La méthodologie et sa mise en œuvre sont innovantes pour la région de Wallonie, et sa direction de l'aménagement

du territoire suit avec un intérêt particulier les idées et résultats du projet.

L'équipe de projet a travaillé sur la perception visuelle de la région, ce qui en soi constitue une approche intégrée. Le paysage fait partie de toutes les activités et de tous les secteurs, car il conserve la mémoire des développements passés et présents de la région. Le projet a fourni de nombreuses possibilités de liaison avec d'autres actions dans la région, en particulier celles concernant la stratégie locale du GAL (par exemple, nature, culture et agriculture).

Le GAL a été à l'origine d'échanges et de contacts avec d'autres GAL de la région wallonne de Belgique et prépare également une coopération transnationale avec un GAL français. Cela prolongera le travail déjà accompli dans l'approche paysagère, en développant des activités de formation pour les guides locaux et du matériel pédagogique interactif destiné à faire connaître les territoires aux écoliers. D'autres liens ont été établis en se concentrant sur l'observation du paysage.

La durabilité économique du projet est principalement liée à l'aide apportée par les autorités régionales et locales pour mener des initiatives de suivi. Fait encore plus intéressant, la création d'un observatoire du paysage permettra aux communes de consulter et d'obtenir des exemples de bonnes pratiques pour gérer leurs propres problèmes. La réalisation de cet observatoire est en cours, et son développement est mené avec d'autres GAL de la région frontalière franco-belge. L'objectif est de poursuivre la première approche soutenue par Leader+ et



de la mettre en place dans une perspective durable pour tout le paysage du canton de Jodoigne.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Après une campagne d'information Leader+, l'association Action environnement Beauchevain (AEB) a soumis une idée de projet concernant les questions de paysage. L'idée était d'élaborer un projet prenant en compte la totalité du territoire du GAL.

Les objectifs du projet sont les suivants: sensibiliser à la valeur du patrimoine paysager de la région, démontrer qu'une plus grande attention devrait être portée au cadre de vie et mettre en valeur l'image de la région dans son ensemble. De cette manière, le projet mettra en place de meilleures pratiques pour contrôler le développement du paysage. Le projet est directement en rapport avec la stratégie du GAL, car il s'articule autour de trois axes principaux: culture, nature et agriculture.

■ 2. Activités principales

Le projet comporte quatre phases principales. Lors de la première phase, qui s'est déroulée de mars 2004 à février 2005, les termes et références techniques du projet ont été définis. Entre 2005 et mars 2006, une étude a été menée par des consultants externes. Le programme relatif au paysage a été mis en œuvre de mars 2006 à septembre 2007, et il était prévu de diffuser les résultats à partir de septembre 2007.

L'étude principale comprenait une analyse et une évaluation du paysage, de sa dynamique passée et des tendances futures possibles. Les conclusions de l'étude paysagère ont produit deux résultats: des recommandations d'aménagement et de gestion du paysage et une série d'études de cas illustrant le programme de façon détaillée en fournissant des exemples.

Les résultats seront diffusés au moyen d'une exposition itinérante qui présentera les résultats du projet en différents lieux de la région du GAL. Le projet a pour objectif de sensibiliser la population locale à la valeur du paysage. Les résultats visent également à mettre en évidence la nécessité et les manières de préserver le patrimoine territorial.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Les principaux résultats susceptibles d'avoir un impact sur la région sont résumés ci-après:

- les résultats de l'évaluation du paysage de la région figurent dans la conclusion de l'étude. Ils sont présentés sous la forme d'une carte du territoire qui illustre la diversité des paysages de la région. Cinq catégories identifiées sur la carte par une couleur indiquent le niveau d'attrait du paysage. Ce mode de présentation des résultats est un moyen permettant une interprétation facile par la population locale, car il identifie de manière claire les zones problématiques. Les cartes ont donné lieu à des discussions au sein de la population locale;
- l'étude comprend des recommandations de gestion du paysage adressées aux communes et à la population locale;
- dix-huit études de cas locales ont été réalisées et illustrent les différentes questions relatives aux paysages de la région. Ces études mettent en évidence les problèmes et les solutions possibles à travers des exemples pratiques et des outils de gestion appropriés. Les études de cas ont été illustrées par des photos, des cartes, des commentaires et des références techniques. Pour chacune des six communes de la région du GAL, trois études de cas ont été sélectionnées et diffusées aux communes.

Le principal impact des résultats du projet se traduit par une plus grande participation des communes au processus de consultation et de discussion mis en œuvre par le comité de suivi et à travers des réunions organisées dans chaque commune afin de présenter les résultats de l'étude.

À la fin du programme relatif au paysage, certaines communes ont manifesté un intérêt supplémentaire pour le projet, en particulier les études de cas, et ont manifesté la volonté de traiter certains problèmes par un aménagement du territoire et d'autres actions.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

L'une des difficultés majeures du projet a été de maintenir une participation équilibrée des communes au processus de suivi et de discussion. Des problèmes particuliers ont porté sur: la qualité du paysage du cadre de vie et la variabilité des outils de gestion au niveau de la commune; l'échelle de l'étude, que certains ne considéraient pas comme pertinente étant donné que seules les six communes avaient été couvertes; la vision à court terme de l'aménagement du territoire de certaines communes.





■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La principale valeur du projet a été la possibilité de travailler sur des questions connexes au sein de la région. Des expériences et projets ont pu prendre de l'importance au sein des communautés, du fait que la population locale a été en mesure de s'identifier à travers le partage de son patrimoine paysager, tout en étant au même niveau de développement.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en mars 2004 et s'achèvera en juin 2008.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 70 000 EUR, dont 31 500 EUR provenant du FEOGA, 31 500 EUR de fonds publics nationaux et 7 000 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:
Culturalité en Hesbaye brabançonne

Personnes à contacter:
Marie Langhendries/Erik Cuypers
Adresse: Grand Place 1, B-1370 Jodoigne

Tél. (32-10) 24 17 19
Fax (32-10) 81 59 67

E-mail: culturalite@skynet.be

Photographies mises à disposition par le GAL Culturalité en Hesbaye brabançonne et Cooparch-R-U





DANEMARK

Augmenter les revenus de la production alimentaire danoise à petite échelle

Contexte du projet

Le GAL Sønderjylland est situé au sud-ouest du Danemark, près de la frontière allemande. Sa population décline, la croissance économique de la région progressant plus lentement que celle du reste du Danemark. Le chômage baisse dans la région, le niveau actuel se situant à 4 %. La majeure partie de la population locale est directement employée dans l'agriculture (10 %), et un grand nombre d'autres entreprises sont liées à l'agriculture (production alimentaire, artisanat, etc.).

La stratégie locale du GAL est axée sur quatre domaines clés: la production alimentaire locale, la bioénergie, le tourisme durable et le développement des villages.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans une approche territoriale dans la mesure où les GAL participants ont souligné la place centrale de la production alimentaire locale dans le développement rural de leurs régions. Toutes les régions Leader+ ont leur propre réseau local de producteurs de denrées alimentaires et se sont concentrées sur des activités communes de commercialisation et de mise en réseau. Le projet est considéré comme une initiative nouvelle qui promouvra la connaissance et la coopération dans tout le pays.

Le GAL et l'approche de partenariat ont joué un rôle important tout au long du projet. Tous les partenaires (les GAL et les réseaux locaux de producteurs) ont considéré le projet comme la clé de voûte des décisions et développements futurs, dans la mesure où il encourage une coopération interrégionale entre les réseaux de producteurs de denrées alimentaires.

La région en chiffres

- **Population: 57 567 habitants**
- **Superficie: 1 860 km²**
- **Densité de la population: 35 habitants/km²**
- **Nombre de communes: 8**





L'aspect novateur du projet est le partenariat lui-même. La participation active d'acteurs clés est l'assurance que les activités des producteurs contribuent à un avenir durable.

Le projet a résulté de la mise en réseau Leader et n'aurait pas été mis en œuvre sans une coopération et une coordination actives entre les GAL danois. Les GAL et les réseaux de producteurs se réunissent régulièrement pour débattre des développements et questions d'actualité. Les réunions et le réseau ont joué un rôle essentiel dans le partage des connaissances et la coopération entre les producteurs locaux.

Le projet pourrait être transféré à des régions similaires qui encouragent la production alimentaire à petite échelle. La deuxième phase du projet, qui est en préparation, sera axée sur des activités pilotes dans les régions locales et sur la mise en place d'une structure de coopération juridique pour les réseaux de petits producteurs de denrées alimentaires.

Le projet sera durable, dans la mesure où il tente de trouver des moyens d'augmenter les revenus des entreprises. Les résultats du projet seront partagés avec toute entité disposée à développer des activités de production alimentaire à petite échelle.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

L'un des principaux objectifs du GAL Sønderjylland est de valoriser une production alimentaire à petite échelle de grande qualité. Le GAL a pris plusieurs mesures contribuant à développer ce thème.

Au niveau national, un réseau Leader+ de producteurs danois de denrées alimentaires a été créé en 2002. Le but du réseau était de partager des informations et de mettre en place une coopération entre les petits producteurs de denrées alimentaires dans tout le pays. Le réseau s'est concentré sur le marketing de ses membres et de ses activités, ainsi que sur le partage des expériences, mais ne disposait pas de connaissances suffisantes sur les plans futurs et les activités à plus long terme. Le projet a été accueilli favorablement par un grand nombre de producteurs de denrées alimentaires. Sur le plan national, six groupes Leader+ ont proposé une initiative commune qui évaluerait les besoins des petits producteurs de denrées alimentaires. L'objectif était de proposer des méthodes de travail durables aux petits producteurs membres du réseau national.

Le gestionnaire du projet était Vifu, un organisme spécialisé dans l'information apportée aux petits producteurs de denrées alimentaires en matière de formation et d'éducation. Le partenaire dans le Sønderjylland était Sønderjyske Madglæder, un nouveau réseau de petits producteurs de denrées alimentaires.

■ 2. Activités principales

Le projet a entrepris des études et recherches comprenant: une analyse des données statistiques existantes (par exemple l'état économique du secteur); une analyse des réponses au questionnaire qui a été envoyé aux producteurs de denrées alimentaires (45 producteurs ont répondu à des questions concernant les besoins des producteurs); des enquêtes interrogeant directement les producteurs de denrées alimentaires sur leurs besoins et leurs exigences.



Le promoteur du projet, Vifu, a organisé un séminaire avec les producteurs à mi-parcours du projet, afin de débattre d'éventuelles stratégies de suivi qui pourraient être mises en œuvre en réponse à l'étude. Près de 70 personnes ont participé au séminaire, avec pour résultat le lancement d'idées nouvelles et une démarche mutuelle à adopter par les producteurs de denrées alimentaires.

La deuxième phase du projet a commencé à prendre forme, soulignant la nécessité de mettre en place des réseaux nationaux plus formels de producteurs de denrées alimentaires, tout en menant également des actions pilotes pour renforcer les réseaux locaux. Les actions pilotes comprenaient des plans de marketing, vente, gestion, achat en ligne, etc. Ces propositions doivent être approuvées lors d'un séminaire final auquel participeront les producteurs. Le projet n'est pas encore finalisé et, par conséquent, toutes les activités ne sont pas terminées.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Les études menées au cours de la phase initiale du projet comportaient une analyse régionale spécifique des besoins des producteurs de denrées alimentaires du Sønderjylland. L'analyse générale du projet a fourni des éléments essentiels pour la prise de décision et a contribué à classer par ordre de priorité les plans de développement régional relatifs aux petits producteurs de denrées alimentaires.

Il est prévu, lors de la deuxième phase du projet, de mener davantage d'activités pilotes dans la région; cependant, celles-ci n'ont pas encore été confirmées.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Vifu et un groupe de pilotage des GAL participants se sont assurés que les activités du projet étaient conformes aux intérêts et besoins locaux des producteurs. De manière générale, le projet a suscité beaucoup d'intérêt, particulièrement dans le secteur agricole.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le projet est un exemple unique de coopération entre des GAL et des réseaux de petits producteurs de denrées alimentaires. En établissant un partenariat entre les GAL et les producteurs de denrées alimentaires des régions participantes, l'approche Leader a été respectée, c'est-à-dire que tous les participants ont participé à la valeur ajoutée du projet. Le projet n'aurait pas été possible sans l'initiative des GAL.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en septembre 2005 et s'est terminé à la fin de décembre 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 150 700 EUR, dont 66 700 EUR provenant du FEOGA et 84 000 EUR de fonds publics nationaux.





Augmenter les revenus de la production alimentaire danoise à petite échelle

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Sønderjylland

Personne à contacter: Karsten Hagel Jensen
Adresse: Kongevej 57, DK-6270 Toender

Tél. (45) 74 72 86 05
Fax (45) 74 72 81 39

E-mail: karsten@leadersja.dk
Internet: www.leadersja.dk

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Vifu

Personne à contacter: Louise Hansen
Adresse: Nupark 51, DK-7500 Holstebro

Tél. (45) 96 12 76 22

E-mail: lh@vifu.net
Internet: www.vifu.net



Photographies mises à disposition par le GAL Sønderjylland





FINLANDE

Kinokisa — Concours et festival de cinéma

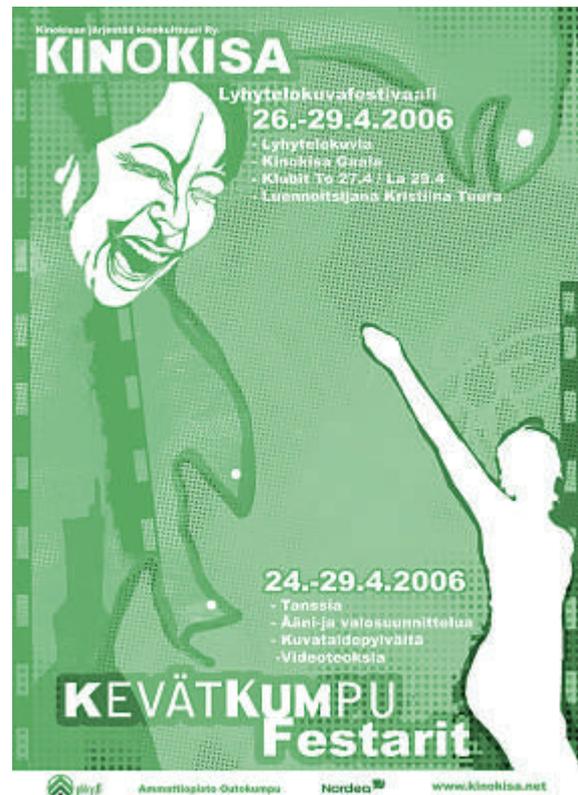
Contexte du projet

La région de Joensuu est située dans la partie orientale de la Finlande. La région Leader couvre le territoire de la ville de Joensuu en Carélie du Nord. Bien que la ville ne fasse pas partie de la région Leader+, elle a eu un impact sur les zones rurales environnantes, en produisant un paysage varié: zones rurales près de la ville et zones rurales reculées. L'une des principales préoccupations du GAL Joensuu est de favoriser le développement de liaisons entre la ville et les zones rurales reculées pour les aider à travailler en harmonie.



La région en chiffres

- Population: 53 000 habitants
- Superficie: 5 692 km²
- Densité de la population: 9 habitants/km²
- Nombre de communes: 7





Le principal objectif du GAL est de se tenir informé des questions qui concernent la population locale et de les prendre en compte dans sa stratégie de développement rural. Le GAL se concentre sur l'amélioration de la qualité de vie dans la région et sur le développement des petites entreprises pour contribuer à créer de nouveaux emplois dans le secteur.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans une approche territoriale dans la mesure où il a coopéré de façon positive avec des écoles et universités de la région et les a encouragées à s'impliquer dans le développement régional. Le projet a donné aux habitants d'Outokumpu la possibilité de visiter l'université régionale, de rencontrer son personnel et d'observer le travail des étudiants. Le festival a regroupé de nouvelles activités dans la commune, ce qui a créé une nouvelle activité économique.

Le projet repose sur une approche ascendante, un enseignant de l'université étant à l'origine du projet dont toutes les activités ont été planifiées et réalisées par les élèves avec le concours de la communauté locale.

Le projet est novateur, car il n'existe pas dans la région de festivals ou de concours semblables pour les jeunes réalisateurs. Ce type d'événement s'adresse généralement aux professionnels, de sorte que l'idée d'organiser le festival au profit des étudiants et de la communauté locale est donc unique.

Le projet a offert de multiples possibilités de travail en réseau, car le concours cinématographique a été organisé avec d'autres universités de Finlande, permettant ainsi aux étudiants de partager leurs expériences. Le groupe a également établi des liens avec l'Angleterre à travers le projet.

Le projet semble véritablement en mesure de se pérenniser. Durant la durée de vie du projet, le festival cinématographique a eu lieu quatre fois de 2002 à 2005 avec l'aide et le soutien de Leader+. En 2006, le festival a obtenu d'autres sources de financement et vise à se poursuivre sur une base annuelle.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

L'idée du projet est venue des étudiants, lors d'une discussion avec M^{me} Eija Petterberg, un professeur en communication audiovisuelle de l'université d'Outokumpu en Carélie du Nord.

M^{me} Petterberg a pris conscience qu'il n'y avait pas de festivals ou d'autres événements permettant aux étudiants et jeunes réalisateurs issus des écoles finlandaises de se rencontrer, de créer des courts-métrages, de partager leurs travaux et expériences et d'obtenir des conseils de professionnels. Elle a eu le sentiment qu'il serait très bénéfique et éducatif pour les étudiants de partager leurs expériences avec d'autres universités.

Au centre d'Outokumpu se situe une ancienne mine désaffectée. Des travaux ont déjà été réalisés pour la rendre plus accessible et dans un but touristique (ainsi l'un des halls a été rénové et utilisé comme théâtre au cours de l'été); mais il est apparu clairement que de nouvelles idées et activités étaient nécessaires pour développer l'utilisation de la mine d'une manière viable économiquement. Ce projet s'est servi de la mine en y installant une partie du festival cinématographique.

Il convenait également d'ouvrir l'université aux habitants de la ville, car ceux-ci avaient peu de contacts avec les professeurs et les étudiants.

■ 2. Activités principales

La principale activité du projet a consisté à organiser et à mettre en œuvre un festival et un concours cinématographiques.

Le festival du projet a été organisé au printemps, de 2002 à 2005. Chaque année, le festival durait trois à quatre jours et comportait un concours de courts-métrages pour les étudiants de différentes universités de Finlande. 30 à 70 films ont été présentés au concours et projetés en public.

Le festival comportait également des conférences de professionnels réputés (par exemple des metteurs de scène, producteurs et professeurs célèbres). Des ateliers et des clubs de musique étaient organisés pour les étudiants, ainsi que des animations pour le grand public. Le festival s'achevait par une cérémonie de clôture au cours de laquelle des prix étaient décernés aux meilleurs films, et les membres du jury faisaient part de leur sentiment personnel aux jeunes réalisateurs ayant participé au concours.

Un site internet a été conçu pour le festival, et l'événement a fait l'objet de reportages à la télévision et sur les radios locales.

Les festivals ont eu lieu principalement sur le site de l'ancienne mine au cœur de la ville ainsi que dans le cinéma local. Les activités ont été organisées par les étudiants de l'université de



Carélie du Nord avec la participation de M^{me} Petterberg et d'un producteur.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le festival a bénéficié d'une publicité tant au niveau local qu'au niveau national. Grâce au projet, les jeunes réalisateurs ont acquis des compétences, engrangé des expériences considérables et noué de nombreux contacts. Une partie du travail en réseau réalisé au cours du festival a débouché sur la réalisation d'autres films ainsi que sur des créations d'emplois pour les étudiants.

Après 2005, une nouvelle association Kinokulttuuri (association de culture cinématographique) chargée de l'organisation du festival dans les années à venir a été fondée.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

L'identification des différentes sources de financement a donné lieu à certaines difficultés administratives de même que la mobilisation des fonds privés. Dès lors que le projet était organisé par un organisme public (l'université), la contribution de celle-ci était considérée comme un financement public. Cela a réduit le soutien de Leader+ en raison des conditions d'octroi en vigueur en Finlande, qui fixent respectivement à 80 % et à 20 % la limite de financement en provenance de fonds publics et de fonds privés. Ce problème a été résolu par le bénévolat et en cherchant des sponsors privés pour le festival.

Le projet a également permis de constater que la publicité locale était tout aussi importante que la publicité nationale. Il était essentiel de mettre le projet en valeur et de sensibiliser la communauté locale au projet afin d'obtenir son appui et sa participation.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La valeur ajoutée Leader+ réside dans le fait que peu d'autres programmes auraient soutenu un tel projet. Il faut souvent de nombreuses années pour mettre en place et organiser un nouveau festival, et la nature innovatrice de Leader+ a permis une mise en œuvre beaucoup plus rapide du projet. Les festivals ont connu un grand succès, qui a bénéficié non seulement aux étudiants mais à la communauté locale tout entière.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en mars 2002 et s'est terminé à la fin de décembre 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 50 120 EUR, dont 14 948 EUR provenant du FEOGA, 25 148 EUR de fonds publics nationaux et 10 024 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:
Joensuun Seudun Leader Ry

Personne à contacter: Mari Voutilainen
Adresse: Siltakatu 18, FI-80100 Joensuu

Tél. (358)136 10 00 20
Fax (358)136 10 00 21

E-mail: joensuu.leader@pp.inet.fi
Internet: www.joensuu-leader.net

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:
North Karelia College, Outokumpu

Personne à contacter: Eija Petterberg
Adresse: Lammenkatu 18, FI-83500 Outokumpu

Tél. (358) 505 02 03 27
Fax (358) 132 44 39 39

E-mail: eija.petterberg@pkky.fi
Internet: www.pkky.fi/resource.phx/pkky/English.htm

Photographies mises à disposition par le GAL Joensuun Seudun Leader Ry





FINLANDE

Musique dans l'église à bardeaux

Contexte du projet

Le GAL Keskipiste Leader+ se trouve dans les sous-régions de Nivala Haapajärvi et de Siikalatva, au nord de la Finlande. Le paysage est constitué de plaines arables. Historiquement, les peuplements se sont installés le long des rivières Kala, Pyhä et Siika qui traversent la région.

C'est principalement une région vouée à la production agricole de base. Bien que la structure de la population par âge soit relativement jeune, la région souffre d'un phénomène d'émigration. Le défi principal de la région consiste à diversifier son secteur rural.

Le but du programme Keskipiste Leader+ est de développer la vie économique, sociale et culturelle de la région, améliorant ainsi la qualité de vie. Le GAL vise à encourager les créations d'entreprises, à améliorer les résultats économiques et à renforcer les coopérations et interactions locales, de sorte que la région puisse offrir un grand nombre de caractéristiques et de services attrayants.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

La population locale est à l'origine de l'idée du projet et s'est fortement impliquée dans l'organisation et la mise en œuvre des concerts, ce qui constitue un parfait exemple d'approche ascendante. L'association Musiikkia Paanukirkossa ry a été fondée spécifiquement pour développer la tradition des concerts de musique classique. Les concerts ont reçu l'appui total de la communauté locale ainsi que de la commune.

La région en chiffres

- Population: 48 000 habitants
- Superficie: 10 400 km²
- Densité de la population: 5 habitants/km²
- Nombre de communes: 10





MUSIIKKIA PAANUKIRKOSSA
11.-13.7.2008 Musiikkijuhla Kärsämäellä

Le projet a introduit un type d'événement novateur dans la région. Il a promu la musique classique dans la région, car il n'y avait pas de festival de cette nature dans la région du GAL auparavant.

Le travail en réseau et la coopération ont joué un rôle important tout au long du projet, et le marketing a été assuré avec d'autres organisations/événements voisins (par exemple des festivals de musique folklorique, des opéras, etc.). La coopération a inclus la publication d'annonces dans des brochures et la distribution de magazines et de journaux dans d'autres secteurs pour accroître la visibilité des événements.

L'idée du projet pourrait facilement être transférée à des régions similaires. Le fait que les concerts ont eu lieu dans l'église à bardeaux a une valeur particulière (en raison de l'acoustique et de la beauté de l'édifice), et il serait opportun de trouver un lieu unique pour des programmes semblables.

Le projet est viable dans un avenir proche. Il a obtenu des fonds d'autres organismes pour l'aider à devenir un événement annuel.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

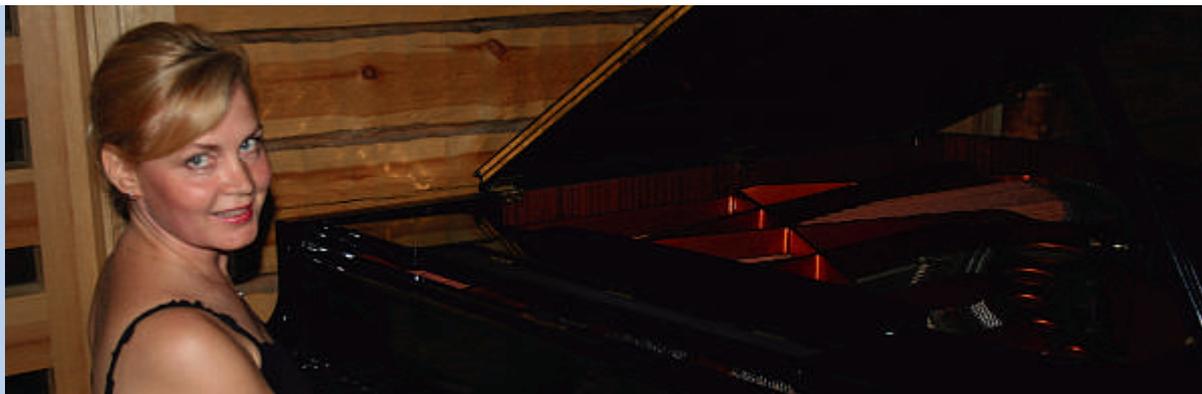
Kärsämäki est une petite municipalité active d'environ 3 000 habitants, située dans la sous-région de Nivala-Haapajärvi en

Ostrobothnie du Nord. La première église de Kärsämäki a été construite en 1765 au plus bel endroit du village. Toutefois, cette église est vite devenue trop petite et s'est dégradée avant d'être finalement démolie en 1841.

Une nouvelle église moderne en bois a été construite et achevée en 2004. C'est un bâtiment unique, en ce sens qu'il a été construit en bois et en bardeaux près de l'endroit où se trouvait l'ancienne église. Il a été bâti en utilisant les méthodes de construction traditionnelles du XVIII^e siècle. Il a suscité un certain intérêt sur le plan international et est devenu un site important pour les touristes attirés par l'architecture en bois. Pour plus d'informations sur l'église, vous pouvez consulter le site www.paanukirkko.fi/english.htm.

Certains membres de la population locale (par exemple le pasteur en retraite, des groupes de musique, etc.) ont eu l'idée d'organiser des concerts dans l'église, car elle possède une acoustique merveilleuse. Par conséquent, l'idée de ce projet a été de planifier et d'organiser des concerts en faisant participer la communauté locale et des artistes de premier rang originaires de la région. L'association Musiikkia Paanukirkossa ry (musique dans l'église à bardeaux) est devenue promoteur du projet et a été chargée d'organiser les concerts. La commune et une grande partie de la population locale ont manifesté leur intérêt pour collaborer activement avec l'association afin de mettre en valeur l'importance de la culture et d'organiser les concerts dans l'église.





■ 2. Activités principales

L'objectif du projet était d'introduire la musique classique dans la région. Cinq concerts ont donc eu lieu lors du festival de musique classique organisé dans l'église à bardeaux (Paanukirkko) du 8 au 10 juillet 2005. Le programme comprenait un large choix de musique classique et la participation de musiciens locaux et de toute la Finlande.

La publicité des concerts a été faite au moyen de brochures, d'affiches, d'annonces, de l'internet et par le bouche-à-oreille, avec en moyenne 70 personnes assistant à chaque concert (350 personnes au total).

Leader+ a assuré 80 % du financement, en participant aux coûts et cachets des artistes, aux frais de voyage, à la location de matériel, aux frais de transport, aux frais de communication, etc. Des fonds privés supplémentaires ont été obtenus auprès de deux organismes finlandais soutenant la musique classique et également par du bénévolat.

Toutes les modalités pratiques concernant l'organisation de l'événement ont été prises en charge par les principaux artistes et des bénévoles locaux, et beaucoup de personnes se sont vu attribuer un rôle spécifique pour assurer le bon déroulement des concerts.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Un résultat concret, lié au succès des concerts, a été le renouvellement du festival en 2006, et d'autres éditions sont prévues. Les entreprises locales ont tiré bénéfice des concerts, et la région tout entière a bénéficié d'une importante publicité dans les médias locaux et nationaux.

Le tourisme de la région a bénéficié du festival, et d'autres événements ont également profité de la publicité faite au projet. L'événement a été une réussite, et le plaisir de la population locale s'est traduit par sa volonté d'en faire un événement annuel. L'association a décidé de poursuivre le projet qui est maintenant financé par l'administration du district, des fondations culturelles et des parrains, ainsi que par des revenus supplémentaires issus de la vente de billets.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

La date choisie pour le festival en 2005 n'était pas parfaite, en raison de sa proximité avec un grand événement populaire. En conséquence, pour la deuxième édition, l'association a décidé de déplacer l'événement à une date ultérieure en juillet.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le soutien de Leader+ a été un excellent moyen d'aider au financement de ce nouvel événement, et Leader+ a contribué en grande partie au financement du premier festival.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en février 2005 et s'est terminé à la fin de décembre 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 37 633 EUR, dont 13 960,50 EUR provenant du FEOGA, 13 960,50 EUR de fonds publics nationaux et 9 712 EUR de fonds privés.



Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

Keskipiste-Leader ry

Personne à contacter: Marjo Lindholm

Adresse: Pajatie, 5, FI- 85500 Nivala

Tél. (358) 844 31 05

Fax (358) 844 31 06

E-mail: marjo.lindholm@keskipisteleader.fi

Internet: www.keskipisteleader.fi

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:

Musiikkia Paanukirkossa ry (Kärsämäki)

Personne à contacter: Hanna Kosonen

Adresse: Alakiventie 3 B 21, FI-00920 Helsinki

Tél. (358-40) 528 48 76

E-mail: hanna.kosonen@luukku.com

Internet: www.musiikkiapaanukirkossa.fi

Photographies mises à disposition par le GAL Keskipiste-Leader ry





Carte de fidélité et guide pratique des commerces et services des Monts du Lyonnais

Contexte du projet

Le GAL Monts du Lyonnais est situé dans une région rurale montagneuse à 40 km de Lyon et de Saint-Étienne. Le paysage montagneux, d'une altitude comprise entre 400 et 900 m, est caractérisé par des gorges profondes creusées par les cours d'eau.

L'économie repose sur l'agriculture, l'artisanat et l'industrie. Elle a été confrontée à des difficultés liées à des divisions administratives et à sa proximité avec des zones urbaines qui contribuent à faire monter le prix des terres. Les produits locaux sont les suivants: fruits rouges, fromages, charcuterie, chapeaux de feutre, bougies d'allumage pour automobile, meubles, transformation agroalimentaire, chaussures et maroquinerie.

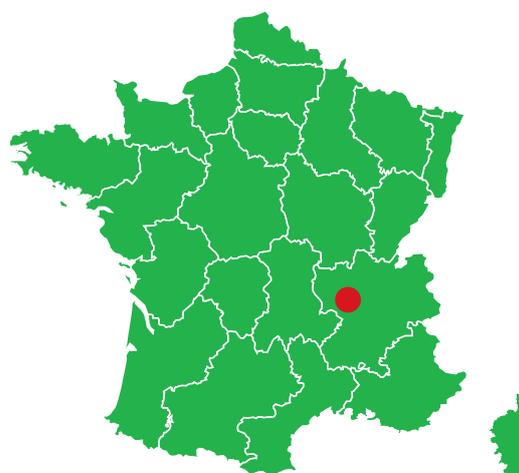
Les principaux objectifs du GAL sont de préserver l'emploi rural, le niveau de vie, la qualité de l'environnement et d'œuvrer pour une économie prospère. Cela implique d'améliorer l'identité de la région et de promouvoir et de commercialiser les produits locaux.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet repose entièrement sur les faiblesses structurelles du territoire et s'inscrit donc directement dans une approche territoriale. La proximité de deux grandes villes a menacé la survie des petits magasins et services ruraux, qui sont essentiels pour la vie quotidienne, l'identité et le développement des communautés locales. Ce projet a abordé certaines de

La région en chiffres

- Population: 36 000 habitants
- Superficie: 418 km²
- Densité de la population: 80 habitants/km²
- Nombre de communes: 34





ces questions et a soutenu un programme visant à promouvoir la région tout entière.

L'approche de partenariat a été un élément fort du projet. La fédération OSER (organisation d'une structure économique régionale), qui est un réseau d'acteurs privés, et le comité de programmation Leader+ ont renforcé la capacité du GAL à mettre en œuvre le projet en amenant les acteurs publics et privés à travailler ensemble.

Le projet est résolument novateur en raison du nouveau programme de fidélité. Ce programme est étroitement lié à l'approche Leader+, et ses méthodes de promotion faisant participer les entreprises rurales locales ont été appliquées avec succès dans toute la région. Le caractère novateur du projet est également renforcé par l'envergure du programme, qui couvre un domaine rural étendu comprenant trois communes et regroupe cinq associations d'artisans et de commerçants. Cela est véritablement unique au niveau national.

Le projet illustre l'approche intégrée à deux niveaux. Premièrement, la fédération OSER a joué un rôle actif au sein du comité de programmation du GAL, ce qui a permis d'établir des liens entre le projet et d'autres actions mises en œuvre dans la stratégie du GAL. Deuxièmement, le succès du projet a été

le fruit de l'intégration pertinente de diverses entreprises commerciales et artisanales et des différents éléments géographiques territoriaux. Le slogan du projet «Ensemble, nous sommes plus forts» a conféré au projet un caractère d'intégration marqué.

Le système de fidélité du projet continue de faire recette et gagne maintenant du terrain dans les communautés environnantes. C'est une initiative durable, qui est rapidement devenue une habitude d'achat des habitants et des commerçants/artisans. Leader+ a contribué à assurer la durabilité de l'opération qui a joué un grand rôle dans le succès du projet. Le programme pour 2006-2007 était de développer un système de carte à puce électronique, d'offrir aux clients des services additionnels et de renforcer les communications et les actions novatrices.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Les industries artisanales de la région du GAL Monts du Lyonnais ont été affaiblies par la proximité des villes de Lyon et de Saint-Étienne. Ce projet a donc été mis sur pied en réponse à ce défi, pour aider à maintenir et à promouvoir l'économie locale en dépit de la forte concurrence de deux grands centres commerciaux.





La fédération OSER a été le promoteur du projet et a regroupé cinq associations d'artisans et de commerçants, représentant 230 commerçants et artisans, pour mettre en œuvre le projet local dans la région rurale. L'OSER siège au comité de programmation du GAL, ce qui a permis de combiner le projet avec d'autres actions dans la région des Monts du Lyonnais.

La distribution des produits de la région via des magasins et services locaux était un besoin. Le projet a réussi à créer des liens entre les points de vente et les produits locaux, grâce au marketing et au système de carte de fidélité.

■ 2. Activités principales

Les principales tâches du projet étaient liées à la création d'une carte de fidélité: carnets de chèques récompensant la fidélité des clients; campagne d'information sur la carte; et publication d'un guide pratique des commerces et services de la région.

Le guide des services a été produit pour informer la population locale des différents magasins et services situés dans les Monts du Lyonnais. Des organismes collectifs ont également adopté le guide comme outil permettant d'accueillir les touristes et d'informer la population locale. La fédération OSER a mené toutes les actions en regroupant un nombre croissant de commerçants et d'artisans adhérant au programme de fidélité.

Les activités principales du projet ont été les suivantes: printemps-été 2003, le projet a été annoncé dans la presse, diverses brochures, etc.; automne-hiver 2003, les magasins locaux et les

entreprises artisanales locales ont été équipés, et un site internet a été créé; hiver 2003-2004, le programme de carte de fidélité a été lancé avec la création de carnets de chèques et l'élaboration d'une stratégie de commercialisation; en mai 2005, le projet a publié son guide pratique des commerces et services des Monts du Lyonnais.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le guide *Vivre et oser dans les Monts du Lyonnais 2005*, produit par l'OSER, contient près de 1 200 références et a été diffusé dans tous les organismes collectifs et à tous les habitants. La carte de fidélité a fourni un service supplémentaire dans la mesure où elle renforce les liens entre les magasins locaux et offre des remises aux clients fidèles à travers un système de points.

La fédération OSER publie et distribue régulièrement des magazines à tous les habitants, et des informations sont également disponibles sur son site internet et sur celui des Monts du Lyonnais.

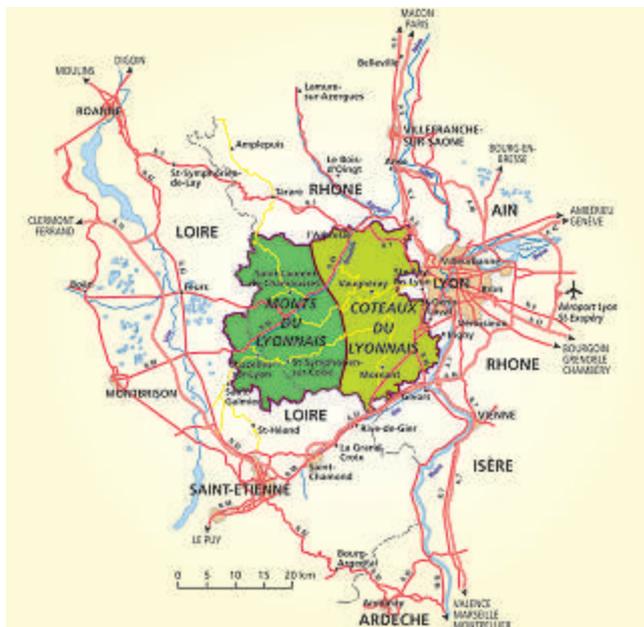
Un système de suivi permet de surveiller le nombre de cartes utilisées chaque mois et le chiffre d'affaires généré. Ce logiciel permet à la fédération d'obtenir des statistiques non seulement pour le travail en cours mais également pour que le GAL évalue les actions Leader+ de la région.

Deux ans après le lancement du projet, 96 entreprises commerciales et artisanales ont participé au programme, dépassant l'objectif initial de 80. En mai 2005, 1 010 cartes ont été activées sur les 150 000 foyers situés dans les Monts du Lyonnais. Cela représente un chiffre d'affaires de 8,4 millions d'EUR et plus de 285 000 transactions réalisées depuis le début du projet.

Le fait que trois quarts des ménages locaux utilisent la carte prouve que le projet a répondu aux attentes des habitants et a amélioré la qualité de vie de la région. En outre, le projet a encouragé les communautés locales à communiquer et à coopérer dans la région. Le projet a été une grande réussite et a assurément renforcé l'idée selon laquelle les Monts du Lyonnais sont une région rurale dynamique et prospère.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Les répercussions du projet sur l'emploi ont été difficiles à évaluer. Les commerçants étaient peu enclins à commenter les effets du



projet sur leurs activités et leur chiffre d'affaires. Cependant, à plus long terme, on estime que le projet contribuera à développer les magasins existants, à créer de nouveaux magasins et à réaliser une meilleure reprise économique.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le projet est directement lié au thème Leader+ «valorisation des produits locaux» dans la région. L'organisation des acteurs locaux, les possibilités de commercialisation, d'innovation et de mise en réseau dans toute la région ont été des éléments importants et précieux du projet.

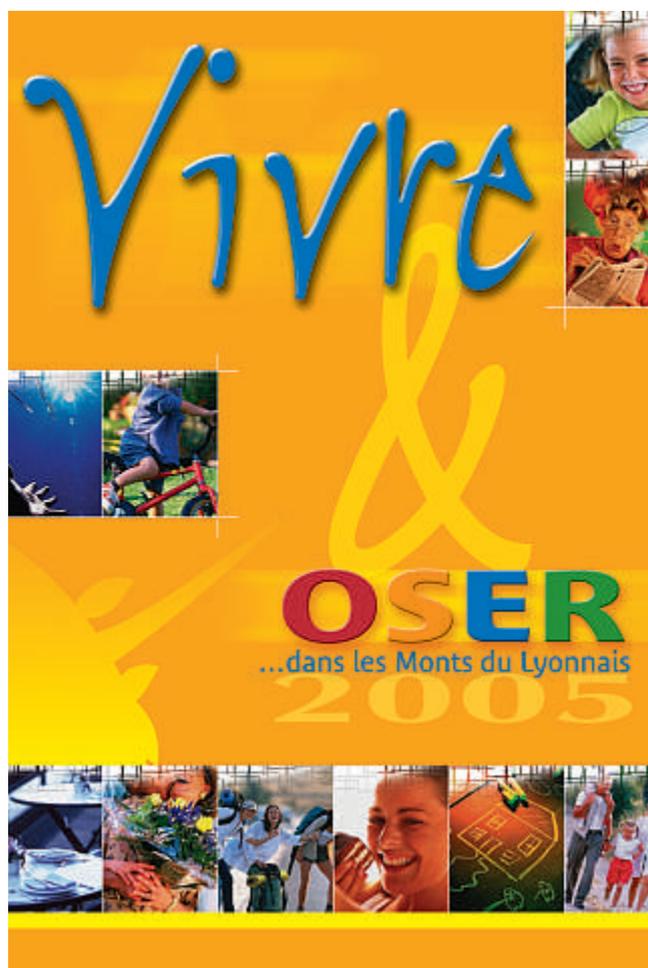
La fédération OSER a donné au projet une valeur supplémentaire et a permis à l'initiative de se développer pour devenir un projet de développement régional intégré. Avec l'aide de Leader+, la fédération OSER est maintenant devenue l'organe de représentation d'une marque collective pour la région, afin de promouvoir la qualité du groupe cible et la vente des produits locaux.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en mai 2003 et s'est terminé à la fin de janvier 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 91 154 EUR, dont 40 282 EUR provenant du FEOGA, 30 490 EUR de fonds publics nationaux et 20 382 EUR de fonds privés.



Photographies mises à disposition par le GAL Monts du Lyonnais





Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

Monts du Lyonnais

Personnes à contacter:

Katy Peugeot/Catherine Costechareyre

Adresse: Château De Pluvy, F-69590 Pomeys

Tél. (33) 478 19 01 04

Fax (33) 478 19 01 05

E-mail: costechareyre@simoly.fr

Internet: www.monts-du-lyonnais.fr

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:

Fédération OSER

Personne à contacter:

Marlène Gouyon

Adresse: Château de Pluvy, F-69590 Pomeys

Tél. (33) 478 44 59 16

Fax (33) 478 44 59 16

E-mail: oser@simoly.fr

Internet: www.oser-commerces.net

FRANCE

La semaine des saveurs et senteurs

Contexte du projet

Le GAL est situé dans la région idyllique du parc naturel régional du Lubéron en Haute-Provence. Il est caractérisé par deux chaînes de montagne: les montagnes de Lure au nord-est (1 735 m) et du Lubéron au sud (1 125 m), qui forment deux barrières naturelles sur un axe est-ouest.

L'agriculture représente 17 % des emplois et demeure la principale activité économique de la région; les parfumeries (par exemple l'Occitane, Oliviers & Co.) représentent également un secteur important. Les activités agricoles comprennent la viticulture, l'arboriculture (cerises et pommes), les cultures maraîchères, la polyculture, l'élevage, les cultures de plein champ, les plantes à parfums aromatiques et médicinales, ainsi que l'oléiculture. Le secteur du tourisme se développe rapidement autour de sites prestigieux (comme le massif des Ogres, le vallon de l'Aiguebrun, le village des Bories, les abbayes de Sénanque et de Salagon, et les villages perchés de Gordes, de Roussillon et de Bonnieux).

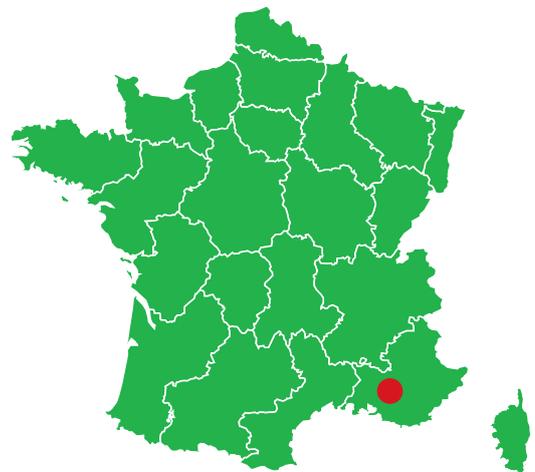
La stratégie du GAL Lubéron-Lure consiste à tester une stratégie commune de gestion des chaînes de montagne du Lubéron (parc naturel régional du Lubéron) et de Lure (région Haute-Provence).

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet obéit à une approche territoriale dans la mesure où il est axé particulièrement sur les ressources naturelles et culturelles de la région et rapproche les entreprises des producteurs locaux. Le secteur des saveurs et senteurs est maintenant considéré comme une priorité importante de développement du Pays de Haute-Provence, car il cible des initiatives économiques, touristiques, culturelles et identitaires.

La région en chiffres

- **Population: 98 214 habitants**
- **Superficie: 2 107 km²**
- **Densité de la population: 47 habitants/km²**
- **Nombre de communes: 90**





L'approche ascendante a été un élément fondamental du projet. Le GAL a mandaté et engagé un grand nombre de partenaires et a mobilisé des acteurs locaux pour participer à la conception et à la mise en œuvre des activités du projet. Le GAL a institué un comité de pilotage composé de partenaires techniques et institutionnels spécifiquement chargés de l'organisation logistique des événements. Ce groupe de travail s'est avéré très efficace et a contribué au bon déroulement du projet. Le GAL s'est également assuré la participation de différentes communautés en organisant des activités sur plusieurs sites de la région du GAL.

Le projet a été novateur, et la semaine des saveurs et senteurs a été à la fois festive, éducative et professionnelle. Le projet a renforcé l'identité du secteur et contribué à transformer l'image de la région de plusieurs manières: en rapprochant les secteurs économiques de l'agriculture traditionnelle et de l'industrie et en encourageant différentes initiatives culturelles et sociales.

La semaine des saveurs et senteurs a également été combinée avec le projet transnational Leader+ «Co-op Terroir» mené avec deux GAL italiens de Toscane. Le but de ce projet est de promouvoir les produits locaux et le tourisme de chaque région en transférant les modèles de bonnes pratiques recensés par chaque GAL.

L'idée du projet pourrait être transférée à d'autres zones rurales. Chaque territoire devrait être en mesure de trouver différents éléments avec lesquels il peut s'identifier, les activités et événements interactifs constituant une manière innovante de mettre ces éléments en valeur. La clé du succès réside dans la capacité de créer et de développer un partenariat durable qui combine les contributions de différents secteurs économiques, sociaux et culturels.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le projet est le fruit d'un travail préliminaire de trois ans, au cours duquel le GAL Pays de Haute-Provence a lancé son secteur «saveurs et senteurs». Ce secteur regroupait initialement un réseau étendu de petites entreprises artisanales et industrielles (entreprises du secteur des cosmétiques et de l'agro-alimentaire notamment), lequel s'est peu à peu développé à travers des activités agricoles traditionnelles.

Les objectifs du projet étaient de revaloriser la région grâce aux produits locaux associés aux saveurs et senteurs, de créer des liens entre les entreprises agricoles et industrielles et de promouvoir la région rurale tout entière.

Avec l'aide de différents acteurs locaux, le GAL a élaboré un programme visant à faire connaître les saveurs et senteurs et à assurer la promotion de l'identité régionale.

Le projet est directement lié à la stratégie Leader+ du GAL dans la mesure où il met en place une initiative de commercialisation pour contribuer à valoriser les produits locaux (par exemple les produits agricoles, touristiques et artisanaux) et pour forger également une véritable identité régionale.

■ 2. Activités principales

Le projet comportait quatre phases principales:

a) un programme des activités et des tâches a été élaboré, et des réunions ont été organisées avec différents partenaires et acteurs locaux;



b) la gestion technique et logistique du projet a été définie, ce qui s'est traduit par la mise sur pied de groupes de travail chargés de préparer les événements, les rapports d'avancement des activités et les actions de promotion;

c) la semaine des saveurs et senteurs s'est déroulée du 1^{er} au 12 septembre 2004. Il s'agissait d'un programme de neuf jours au cours desquels un certain nombre de manifestations intéressantes ont eu lieu. Les manifestations étaient destinées aux professionnels (producteurs, restaurateurs, distributeurs, etc.) ainsi qu'à la population locale et au grand public (enfants, touristes, connaisseurs, etc.). Des événements ont été organisés dans toute la région du GAL, et des associations locales ont été invitées à participer à la conception eXt à la mise en œuvre du projet, de sorte qu'un large éventail de personnes ont contribué au projet.

Les manifestations ont décliné les différentes thématiques qui se rapportent aux saveurs et senteurs, parmi lesquelles l'agriculture, le patrimoine, la gastronomie, la santé et la culture. Ces thèmes ont ensuite été explorés à travers un certain nombre d'activités interactives et novatrices (à savoir des randonnées olfactives, des journées «dégustation», des visites de sites, etc.);

d) une phase de compte rendu et d'évaluation a été entreprise, comprenant la promotion d'activités durables.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Tous les objectifs fixés au début du projet ont été atteints et dépassés. Les résultats peuvent être résumés comme suit:

- plus de 70 entreprises locales ont été contactées, et 26 restaurateurs ont participé au projet;

- 20 activités différentes ont été organisées au cours des neuf jours;
- 15 entités partenaires ont participé aux activités du programme;
- en moyenne, 1 000 participants ont été présents chaque jour, avec 10 000 personnes présentes le dernier jour;
- 28 articles ont été publiés dans la presse.

Outre les aspects quantitatifs, les principaux résultats du projet ont été ses impacts qualitatifs. Le projet a créé les conditions propices à la mise sur pied d'un large partenariat territorial en mobilisant activement les acteurs locaux autour d'un thème commun. Il a touché un certain nombre d'acteurs issus de diverses industries, ainsi que des secteurs culturels, touristiques et sociaux. Le projet a contribué à élaborer de nouveaux projets et partenariats entre les entreprises locales.

La semaine des saveurs et senteurs, qui se tient désormais chaque année, sert de vitrine à l'industrie locale et représente plus de 5 000 emplois. L'événement soutient les travaux réalisés dans la région par diverses industries et a été labellisé au printemps 2005 «pôle de compétitivité» en recevant le label français «pôle PASS» (parfums, arômes, senteurs et saveurs). L'objectif est de renforcer la coopération entre les entreprises et les centres de recherche et de formation.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

En dépit du vif intérêt local manifesté lors de la phase de préparation de l'événement, il s'est révélé très difficile de convaincre les partenaires de participer à l'ensemble des réunions. Le GAL a donc veillé à maintenir des contacts entre tous les acteurs locaux et a créé une base de données des partenaires afin de distribuer les comptes rendus des réunions de planification.





Le GAL a également tiré des enseignements qu'il mettra à profit pour planifier des événements futurs: veiller à ce que la région entière participe de près aux activités de projet; maintenir le principe «neuf jours, neuf lieux» afin d'impliquer la région entière; cibler tous les types de public; améliorer la visibilité du programme des événements en choisissant un thème conducteur clair; impliquer davantage les professionnels au cours de la phase de démarrage.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La valeur ajoutée Leader+ réside dans le fait que le projet a clairement soutenu une opération dans laquelle les approches ascendante, participative, de partenariat, intégrée et territoriale sont clairement présentes à travers la mise en réseau des acteurs locaux de différents secteurs.

La connaissance mutuelle des acteurs participant au comité de programmation du GAL Lubéron-Lure a également permis d'associer des acteurs clés à la mise en œuvre du projet.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en janvier 2004 et s'est terminé à la fin de décembre 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 135 000 EUR, dont 29 930 EUR provenant du FEOGA, 80 000 EUR de fonds publics nationaux et 25 070 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: GAL Pays de Haute-Provence

Personne à contacter: François Cabel

Adresse: Le Grand Carré, 13 bd des Martyrs, BP 41, F-04300 Forcalquier

Tél. (33) 492 75 23 96

Fax (33) 492 75 27 50

E-mail: francois.cabel@paysdehauteprovence.com

Internet: www.paysdehauteprovence.com

Photographies mises à disposition par le GAL Pays de Haute-Provence





ALLEMAGNE

Protection et valorisation du sapin argenté

Contexte du projet

La région du GAL Nordschwarzwald possède un magnifique massif montagneux, sillonné d'un grand nombre de cours d'eau et recouvert à 80 % de forêts. Parmi les caractéristiques spécifiques de cette région au paysage attrayant figurent la Forêt Noire et les rivières Kinzig, Murg, Alb, Nagold, Groß Enz et Kleine Enz. Une grande partie du secteur a été préservée et présente par conséquent des zones protégées d'une grande richesse naturelle.

Cette région connaît un faible taux de chômage. Les principales activités économiques sont les suivantes: PME approvisionnant différents secteurs économiques, artisanat traditionnel, métiers liés à l'exploitation de la forêt et secteurs économiques innovants (par exemple les médias, le design et l'énergie). Le prix des terres est généralement bas, et le bois constitue une ressource largement disponible. La région est fière de ses produits locaux qui contribuent fortement au marché du tourisme (la marque «Schwarzwald» par exemple est connue dans le monde entier). La région possède des équipements et des infrastructures touristiques bien développés garantissant un fort potentiel économique.

Le programme de développement intégré du GAL considère les ressources écologiques de la région comme l'élément clé du développement économique. Tout repose essentiellement sur le corps social, dont les divers acteurs sont capables de produire et de mettre en œuvre des idées innovantes en matière de développement rural.

La région en chiffres

- Population: 99 660 habitants
- Superficie: 1 056,1 km²
- Densité de la population: 94 habitants/km²
- Nombre de communes: 25





En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans l'approche territoriale, car il est fondé sur un atout commun, le sapin argenté, qui perd de sa valeur depuis quelques années. Trois GAL régionaux ont maintenant redécouvert le potentiel de cet arbre et développé une stratégie commune. Une action de sensibilisation à cette ressource régionale a été menée, ce qui s'est traduit par une demande accrue pour cette essence.

L'approche de partenariat a été un élément central du projet, car trois régions partenaires ont approuvé ce projet commun de coopération. Elles ont adapté la demande aux besoins locaux de leur secteur, afin d'assurer une participation régionale. Les GAL sont convenus des coûts communs et de la répartition des tâches du projet à égalité de conditions. Un certain nombre d'autres partenaires et institutions ont joué un rôle décisif dans le projet.

Le projet est un exemple réussi de coopération transnationale fondée sur des objectifs clairs et réalisables. La mise en œuvre du projet s'est déroulée sans le moindre problème, en raison d'accords bien définis au début de la procédure entre les trois GAL partenaires. D'autres régions ont exprimé un intérêt pour le projet. La brochure du projet est actuellement disponible en allemand et en italien, et il est prévu de la traduire en français et en slovène.

L'activité est un bon exemple de financement et de gestion, car une décision commune a été prise concernant le contenu et le déroulement du projet. Des accords financiers simples et précis ont été établis dès le début du projet.

La durabilité économique et écologique du projet a été démontrée. La demande de sapins argentés a considérablement augmenté. L'association Forstliche Versuchsanstalt (station





expérimentale sylvicole) a mené une petite enquête auprès des propriétaires forestiers et des industries de transformation du bois qui a confirmé l'intérêt et la demande durables que suscite le bois de sapin argenté.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le sapin argenté est originaire de la région alpine européenne qui s'étend de la Slovénie à la France, en passant par l'Autriche et l'Allemagne. C'est une espèce conifère importante qui peuple les régions Leader+ Nordschwarzwald (Allemagne), Westallgäu (Allemagne) et Vorarlberg (Autriche). L'arbre est très caractéristique de la région et représente un élément essentiel pour l'écologie des forêts locales. Au cours des deux derniers siècles, la zone de répartition du sapin argenté a diminué de 10 %, ce qui a constitué une menace pour les forêts locales.

Les niveaux de sapins argentés varient en fonction des régions. Le sapin argenté est un stabilisateur écologique indispensable (il peut résister à des conditions pédologiques défavorables; ses racines sont puissantes et s'ancrent profondément dans le sol; les arbres voisins combinent leurs systèmes racinaires, créant ainsi une grande stabilité des forêts). L'espèce s'autopropage aisément et supporte l'ombre, ce qui en fait une essence intéressante du point de vue sylvicole.

Sur le plan économique, le sapin argenté est employé comme bois de construction et apprécié pour ses formes étonnantes et sa grande polyvalence.

Les trois GAL participant au projet ont reconnu, chacun de façon indépendante, que la distribution limitée du sapin argenté et les avantages de son bois pourraient être un facteur économique intéressant et générer une valeur ajoutée pour la région. Les trois régions Nordschwarzwald, Westallgäu et Vorarlberg ont découvert qu'elles avaient un intérêt commun pour le sapin argenté et ont commencé à coopérer.

■ 2. Activités principales

Dans le cadre d'un atelier transnational organisé par le réseau Leader+ allemand en septembre 2003, les trois GAL sont convenus de coopérer. Ils ont notamment décidé de développer les domaines suivants: les relations publiques, une brochure d'information commune et un site internet. Le but général du projet était d'informer les consommateurs, les

exploitants forestiers, les artisans, les architectes et les planificateurs des différentes possibilités d'utilisation du sapin argenté dans les travaux de construction.

Des représentants des trois GAL ont constitué un groupe de travail chargé de la conception et de la mise en œuvre du projet. Ils ont convenu de produire une brochure commune soulignant les caractéristiques locales, écologiques et techniques du sapin argenté. Cette brochure contenait également quelques exemples de bâtiments des trois régions où le sapin argenté a été employé. En 2005, le projet a créé un site internet consacré au sapin argenté, et 60 000 exemplaires de la brochure ont été imprimés.

Les associations Forum Weisstanne et Arbeitsgemeinschaft Alpenländer (dont le but est de protéger certaines espèces d'arbre) ont toutes deux participé activement au projet. On compte parmi leurs membres un grand nombre de propriétaires forestiers, d'entreprises de transformation du bois, d'architectes, de scientifiques, de communes, etc. Les deux associations ont considérablement contribué au contenu du projet et au développement du site internet.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Les principaux résultats du projet sont récapitulés ci-après:

- 60 000 brochures sur le sapin argenté ont été imprimées en 2005;
- la conception et la mise à niveau technique du site internet www.weisstanne.org;
- une conférence transnationale sur l'importance écologique et économique du sapin argenté;
- au cours du projet, plus de 60 chantiers de construction régionaux ont choisi d'utiliser le bois de sapin argenté;
- sur le marché du bois, le sapin argenté fait l'objet d'une demande en augmentation de 10 %.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Compte tenu du grand nombre de partenaires, l'établissement du plan de financement a constitué sans nul doute un problème particulièrement délicat. L'approbation du cofinancement dans le cadre transnational du projet représentait également une difficulté.

En raison de la bonne volonté des partenaires et de l'expérience des GAL participants, le projet a été mis en œuvre dans un temps relativement court. Dans la région Nordschwarzwald,





l'association Forstliche Versuchsanstalt a été un maillon central du réseau pour les partenaires locaux, régionaux et internationaux.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La principale plus-value du projet réside dans le fait qu'il a permis de regrouper sous un même toit un certain nombre de partenaires et d'idées pour élaborer une stratégie de commercialisation professionnelle. Une personnalité morale transnationale commune a été créée pour le sapin argenté. Le projet a entrepris un travail professionnel de relations publiques et a fourni des informations utiles.

Il a facilité la collecte de fonds et permis d'autres retombées à l'égard de projets plus petits de la région Nordschwarzwald, telles que des recherches sur l'utilisation du bois pour la construction.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en juillet 2004 et s'est terminé en novembre de la même année.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 11 976 EUR, dont 5 988 EUR provenant du FEOGA et 5 988 EUR de fonds publics nationaux.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Nordschwarzwald

Personne à contacter: Dajana Grzesik

Adresse: Vogteistraße 44-46, D-75365 Calw

Tél. (49-7051) 16 02 03

Fax (49-7051) 79 52 03

E-mail: 13.grzesik@kreis-calw.de

Internet: www.leader-nordschwarzwald.de

*Photographies mises à disposition
par le GAL Nordschwarzwald*





GRÈCE

Unité de production vinicole

Contexte du projet

Le GAL Serrès est situé à proximité des montagnes entourant la plaine du district de Serrès. La région forme un bassin traversé par le fleuve Strymon, qui entre dans le pays au nord et coule en direction de la mer au sud. Un réservoir d'eau, créé au début du XX^e siècle dans la région de Kerkini, s'est depuis transformé en un marécage. Le secteur est caractérisé par un grand nombre de sites naturels magnifiques, qui attirent de nombreux touristes.

Beaucoup d'habitants vivent dans des régions défavorisées, dont une grande partie dans les montagnes et au pied des montagnes. 34,2 % de la superficie sont cultivés, 31,2 % sont constitués de pâturages et 25,4 % sont couverts de forêts. La moitié de la population (51,2 %) travaille dans le secteur primaire, les principales cultures étant le blé, le coton, le maïs, le tabac et les olives. 11,4 % des personnes sont employées dans le secteur manufacturier et 37,3 % dans les services.

La stratégie de développement du GAL est axée sur les ressources naturelles et la commercialisation des produits locaux de qualité à travers le tourisme. Cela contribue à améliorer la visibilité et à valoriser la production locale.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale a été prise en compte dans le projet, car celui-ci répond directement à la stratégie de développement local du GAL. Le projet est mis en œuvre dans une région jouissant d'une tradition vinicole bicentenaire reposant sur des conditions pédologiques et climatiques idéales. Le projet a

La région en chiffres

- Population: 95 974 habitants
- Superficie: 3 169 km²
- Densité de la population: 30 habitants/km²
- Nombre de communes: 23





contribué à améliorer la production vinicole, afin de l'aider à retrouver sa place dans l'économie locale.

Reposant sur une approche ascendante, le projet a mobilisé un grand nombre d'acteurs locaux. Un certain nombre de coopératives et de communes rurales ont pris part au projet, et les problèmes auxquels le secteur vitivinicole est confronté ont été discutés lors de réunions et ont fait l'objet d'une attention particulière tout au long du projet.

Le projet est novateur, car il a contribué à relancer la production vinicole par des méthodes écologiques. Le raisin est produit selon des critères écologiques rigoureux et a obtenu des certificats de qualité (ISO et HACCP) qui valorisent le produit.

Le projet s'inscrit également dans une approche intégrée. Il est l'un des nombreux investissements conçus dans le cadre du plan d'action locale dans le but de promouvoir le système de production local et de développer le tourisme.

Les problèmes que connaît cette région ne sont pas uniques, ce qui rend le projet transférable à d'autres régions. La Grèce compte un grand nombre de régions viticoles traditionnelles,

dont l'économie locale repose sur la production vinicole; ces régions connaissent des problèmes semblables, à savoir des méthodes de production obsolètes et une concurrence accrue sous l'effet de la mondialisation du marché du vin.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le GAL a joué un rôle essentiel dans la conception du projet. Il a organisé différentes réunions avec des acteurs et des investisseurs locaux, afin de recenser des idées de développement pour la région de Serrès. Celles-ci ont ensuite été définies dans le plan d'action locale Leader+.

Les informations recueillies ont suscité un vif intérêt de la part des acteurs locaux, en particulier chez deux producteurs de vin locaux expérimentés. Ils ont créé une petite entreprise en partenariat, dans le but de promouvoir une production vinicole écologique reposant sur des méthodes traditionnelles de vinification. Ils prévoient d'ouvrir l'exploitation aux visiteurs afin de présenter les techniques de vinification traditionnelles, qui constituent une part essentielle du patrimoine culturel de la région.



■ 2. Activités principales

Les deux producteurs de vin ont créé le partenariat Floros et Galatsi portant sur l'établissement et l'exploitation d'une unité de production vinicole écologique intégrée. Le projet comportait deux phases principales: la phase préparatoire et la phase de mise en œuvre.

Pendant la phase préparatoire, les promoteurs ont obtenu des autorisations et trouvé le bon site pour le projet avec l'aide d'un ingénieur civil; ils ont enregistré le partenariat et pris conseil auprès d'un avocat; ils ont obtenu un financement suffisant pour le projet et élaboré une proposition avec l'aide d'un économiste.

Lors de la phase de mise en œuvre, le GAL et un ingénieur agronome ont aidé à trouver les matières premières nécessaires.

Le travail considérable fourni par les promoteurs et le GAL pour la conception et le développement du projet a permis la création d'une unité de production vinicole performante.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Les principaux résultats du projet peuvent être résumés comme suit:

- transformation et amélioration de 1,5 % de la production vinicole;
- création d'un nouveau produit par une méthode de production écologique;
- création de huit emplois au cours de la mise en œuvre du projet;
- création de deux postes permanents et également d'emplois saisonniers;
- promotion de la production de vin de qualité dans la région;
- bon exemple incitant d'autres producteurs à utiliser des méthodes écologiques de production vinicole;
- promotion du patrimoine culturel du secteur attirant des visiteurs tels que des écoles;
- participation des acteurs locaux au processus de développement.

En conséquence, l'entreprise en partenariat a créé un effet multiplicateur pour d'autres acteurs, viticulteurs écologiques et autres producteurs de vins écologiques.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Lors de la phase de mise en œuvre, les promoteurs du projet ont rencontré quelques problèmes de gestion. Le GAL leur est venu en aide en leur fournissant un appui et des conseils.

Les promoteurs ont dû également obtenir d'autres conseils auprès d'un ingénieur agronome, afin de s'assurer que les matières premières utilisées étaient véritablement appropriées pour la production vinicole écologique.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La valeur ajoutée du projet réside dans le fait qu'il a sensiblement contribué à la diffusion de pratiques de développement rural intégrées. Il a favorisé la mise en réseau, l'identité locale, l'innovation et une production vinicole écologique de qualité. Fait essentiel, le GAL et les promoteurs du projet ont réussi à mobiliser les acteurs locaux et ont contribué à sensibiliser la population locale et à modifier ses comportements à l'égard de l'introduction de nouvelles méthodes de production.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en avril 2004 et s'est terminé à la fin de septembre 2006.





■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 423 470 EUR, dont 175 694 EUR provenant du FEOGA, 61 154 EUR de fonds publics nationaux et 186 622 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:
Serres Development Enterprise

Personne à contacter: Ioannis Kalogeroudis
Adresse: 2 V. Alexandrou St., GR-62122 Serres

Tél. (30) 232 10 64 40 23
Fax (30) 23 21 09 96 39

E-mail: leader@aneser.gr
Internet: www.aneser.gr



Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:
S Floros/E Galatsi O.E.

Personne à contacter: Stergios Floros
Adresse: D.D. Ampelio, GR-62200 D.D. Ampelio

Tél. (30) 23 21 08 42 26
Fax (30) 23 21 08 42 26

Photographies mises à disposition par le GAL Serres Development Enterprise





GRÈCE

Modernisation d'installations thermales

Contexte du projet

Le district de Lemnos se compose de deux îles au nord-est de la mer Égée: Lemnos et Agios Efstratios. Les îles ont un relief peu accidenté et un littoral varié. Les zones boisées sont rares, le paysage étant dominé par les pâturages, les cultures céréalières et les zones rocheuses. Lemnos a été désignée «site d'intérêt naturel», et une grande partie de l'île fait partie du réseau «Natura 2000». Agios Efstratios en revanche ne compte qu'un village et appartient entièrement au réseau «Natura 2000».

Les îles ont une population vieillissante, et les indicateurs démographiques suivent généralement une évolution à la baisse. L'économie du district repose sur le secteur primaire (céréales et vignes, élevage et pêche) et le tourisme, le secteur secondaire étant moins développé.

Le GAL s'est axé principalement sur l'exploitation des ressources locales afin de transformer le district de Lemnos en une destination répondant aux critères du «tourisme intégré» de grande valeur environnementale. La stratégie du GAL s'appuie sur des efforts visant à activer les ressources locales et à soutenir les initiatives locales innovantes, remarquables, viables et efficaces.

La région en chiffres

- Population: 18 475 habitants
- Superficie: 477 km²
- Densité de la population: 39 habitants/km²
- Nombre de communes: 5





En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans une approche territoriale, étant donné que la région est caractérisée par un environnement naturel spécifique dû aux eaux thermales de Thermes. Cet environnement est considéré comme un atout régional que Leader+ a aidé à promouvoir en encourageant également le développement d'autres formes de tourisme alternatif. Le projet cherche à surmonter les carences de la région, notamment l'exploitation insuffisante des ressources naturelles locales et la mauvaise qualité des installations thermales existantes.

L'approche de partenariat a été un élément fort du projet, car le promoteur a mis en œuvre le projet en collaboration étroite avec le GAL qui a fourni l'appui et les informations nécessaires. Le promoteur appartient à un réseau d'entreprises complémentaires créé dans le cadre du programme local (qui inclut tout un éventail d'entreprises: hébergements, restaurants, exploitations agricoles, tourisme, petites entreprises, etc.). Toutes les entreprises travaillent ensemble pour attirer des investissements locaux et valoriser la région.

La promotion du tourisme alternatif dans la région, en améliorant la qualité des installations thermales, constitue une innovation dans le contexte local. Avant le lancement du projet, la gamme des services de tourisme dans la région n'était pas suffisamment exploitée. Leader+ a permis de concrétiser ce projet de tourisme alternatif et a également encouragé d'autres idées novatrices en matière de tourisme, qui ont permis aux visiteurs de disposer d'un paquet tourisme intégré.

Le travail en réseau et la coopération ont été importants, car le promoteur du projet a agi comme multiplicateur d'informations

pour Leader+ au sein de la communauté locale et auprès des visiteurs. Le travail en réseau avec d'autres GAL a été possible à travers la participation à un réseau de coopération interrégional appelé «Actions locales pour les îles grecques». À travers ce réseau, une série d'actions ont été définies afin de promouvoir les caractéristiques communes des îles, notamment des actions concernant le tourisme à la ferme et l'évolution des produits et services locaux.

Le promoteur du projet et le GAL se sont engagés à surveiller l'exploitation des installations thermales et à assurer la viabilité financière de l'investissement.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le projet comporte la transformation et la restauration des installations thermales de Mirina sur l'île de Lemnos. Les eaux thermales sont exploitées par la commune qui les loue à des particuliers et à des entreprises. Le promoteur du projet a loué les installations et a formulé l'idée de transformer et d'améliorer les installations.

Le GAL vise à mobiliser les ressources locales et soutient les initiatives locales innovantes et viables. Il se concentre sur des actions valorisant le patrimoine naturel de l'île de Lemnos, afin de promouvoir l'île comme destination touristique de grande valeur environnementale. Le projet est en conformité avec la stratégie régionale des GAL, car il est axé sur le développement et l'intégration d'un tourisme alternatif (tourisme thermal) tout en assurant également la promotion des atouts de l'île (son environnement naturel et ses eaux thermales).



Le GAL a joué un rôle déterminant dans la définition du projet, car il a réalisé une étude de l'activité touristique. Il a ensuite informé tous les promoteurs potentiels des formes possibles de tourisme alternatif qui pourraient être développées sur l'île, pour donner une certaine direction à l'élaboration de projets. Le promoteur de ce projet a reçu du GAL les informations et avis d'expert nécessaires lors de l'élaboration et de la mise en œuvre du projet.

■ 2. Activités principales

L'activité principale a été l'amélioration du site des eaux thermales, et des travaux d'ingénierie spécifiques ont été entrepris pour améliorer les installations thermales.

Le projet a organisé des actions de promotion et a conçu un site internet pour tenter de sensibiliser le public et d'assurer la promotion du projet/des eaux thermales.

Toutes les opérations ont été réalisées par des ouvriers et des ingénieurs locaux.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le projet a contribué au marché du tourisme de la région d'une manière novatrice, notamment en améliorant la technologie, les équipements mécaniques et les services du site naturel.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Aucun problème spécifique n'a été rencontré au cours du projet. Les activités de promotion et l'élaboration du site internet

ont connu de légers retards, mais ceux-ci ont été facilement surmontés.

Le principal enseignement tiré du projet a été l'avantage de maintenir un contact permanent entre le promoteur et le GAL. Cela a permis au GAL d'être informé des différentes phases du travail et de pouvoir intervenir à un stade plus précoce en cas de difficultés, plutôt que d'attendre que celles-ci ne deviennent des problèmes.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La valeur ajoutée de Leader+ est liée aux résultats du projet, dont le principal est assurément l'amélioration de la qualité des services touristiques offerts. La coopération des acteurs locaux a renforcé la compétitivité et la promotion des services touristiques.

Conséquence directe de l'amélioration des installations thermales et des actions de promotion réalisées, la fréquentation touristique s'est améliorée pendant les périodes creuses (en dehors des mois d'été).

■ 6. Durée

Le projet a démarré en avril 2006 et s'est terminé à la fin de décembre 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 151 018,39 EUR, dont 75 509,20 EUR provenant du FEOGA, 15 101,84 EUR de fonds publics nationaux et 60 407,36 EUR de fonds privés.





Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

Development Lemnos SA

Personne à contacter: Christina Moschoudi

Adresse: Limani Myrinas, Themistokleous,
GR-81400 Myrina

Tél. (30) 22 54 02 38 49

Fax (30) 22 54 02 46 04

E-mail: anel-sa@otenet.gr

Internet: www.anel-sa.gr

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:

Therma Evangelos & Chrysa Giarmodouros

Personnes à contacter:

Evangelos & Chrysa Giarmodouros

Adresse: GR-81400 Therma Mirinas, Lemnos

Tél. (30) 22 54 06 20 62

E-mail: therma@in.gr

Internet: www.thermaspa.gr

*Photographies mises à disposition par le GAL Development
Lemnos SA*

**CLASSIC
ΘΕΡΜΑ
SPA**

Θερμακή Πουρπιά Λήμνου
Thermal Spring Baths

τηλ/τελ: 2254062062

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΕΦΟ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ (ΕΠΤΕ - ΕΙ)

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΕΦΟ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ (ΕΠΤΕ - ΕΙ)



IRLANDE

Partenaires d'apprentissage

Contexte du projet

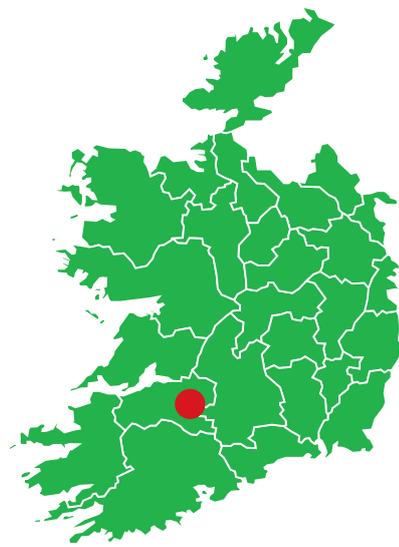
Les montagnes de Ballyhoura se situent au centre du territoire couvert par le GAL. C'est une région rurale située entre les grands centres urbains de Limerick et de Cork, dont une part importante de la population travaille dans les secteurs agricole et agroalimentaire. Le tourisme local mise sur la promotion du rythme paisible de la vie à la campagne, du patrimoine rural de la région et de ses activités agricoles. La région traverse un processus de transition économique, avec le passage d'une économie reposant principalement sur l'agriculture à une économie plus diversifiée au fur et à mesure que le secteur agricole s'est adapté aux réformes de la PAC de cette dernière décennie.

Le groupe Leader+, Ballyhoura Development Ltd, vise à diversifier la base économique de la région et à améliorer la qualité de vie des populations locales à travers le développement de relations entre diverses communautés et le développement économique soutenu par la recherche, l'éducation/la formation. Le GAL s'est concentré sur plusieurs secteurs, parmi lesquels l'industrie manufacturière, l'industrie alimentaire, les technologies de l'information, le tourisme rural, l'entreprise sociale et l'emploi.



La région en chiffres

- Population: 59 230 habitants
- Superficie: 1 430 km²
- Densité de la population: 42 habitants/km²
- Nombre de communes: 70





En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet est fondé sur la participation ascendante des habitants de localités irlandaises et ougandaises. Une série de réunions a été organisée afin que les différentes communautés villageoises se rencontrent et définissent les thèmes susceptibles de faire l'objet d'une action de coopération. Tous les travaux menés ont été pilotés par les communautés locales concernées.

Le partenariat du projet intègre tout un éventail d'organismes différents: University College Dublin, Ballyhoura Development, Plan Tororo, Plan Ireland, ainsi que les habitants de Mbula à Tororo (Ouganda) et de Mitchelstown dans la région de Ballyhoura (Irlande) qui ont réalisé le projet pilote.

Le projet met en place des méthodes innovantes incitant les bénévoles à participer à des actions collectives. Il fournit également un cadre de référence pour définir et mettre en œuvre des projets communs. Le projet est original, car il développe des liens entre une communauté d'un pays non membre de l'Union européenne et une communauté d'un pays de l'UE et favorise le partage d'expériences à différents niveaux.

Le travail en réseau a été essentiel pour la réussite du projet, l'initiative reposant entièrement sur la coopération. Dès le début, les communautés villageoises et d'autres parties prenantes ont participé à toutes les phases du projet aboutissant ainsi à l'élaboration d'un modèle coopératif d'apprentissage mutuel. Lors des voyages organisés en Ouganda et des visites de retour en Irlande, les apprentissages et échanges mutuels ont été variés et nombreux.

Le modèle «partenaires d'apprentissage» développé au cours du projet peut être transféré à d'autres communautés locales, car il peut être facilement reproduit. Il constitue un bon

exemple d'initiatives de coopération entre populations locales.

Les liens entre communautés tissés par ce projet ont permis un apprentissage mutuel qui contribuera à la durabilité de l'initiative.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le groupe Leader+ Ballyhoura Development vise à soutenir les développements communautaires innovateurs et le renforcement d'actions socioculturelles à travers les communautés. L'entrée en contact avec d'autres populations locales en Irlande et dans le monde entier a été un élément important du développement communautaire.

L'idée du projet était de développer un modèle d'apprentissage mutuel pour contribuer à établir des liens entre différentes communautés. Le GAL a activement recherché un partenariat avec un pays du tiers monde répondant aux critères suivants: sécurité raisonnable, bon niveau d'anglais et expérience en matière de renforcement des compétences des communautés. Ces critères garantissaient que les communautés auraient les compétences adéquates pour participer au projet. À la suite d'enquêtes, le GAL a trouvé en Ouganda un groupe de type Leader appelé «Plan Tororo» (Plan). Cette organisation travaille en Ouganda depuis 1992 et a établi des liens avec les communautés locales afin d'améliorer les systèmes de santé, d'éducation, de revenus, de logement et d'hygiène.

Il existait de grandes possibilités de transfert de compétences techniques de Plan en Ouganda vers les communautés de Ballyhoura. Cela a mené à la création de Plan Ireland, une



nouvelle organisation non gouvernementale. Son organisation mère, Plan International, travaille avec les populations locales depuis 66 ans en se focalisant spécifiquement sur les besoins des jeunes dans les pays en développement.

Les éléments clés de l'initiative étaient les suivants: soutenir le développement d'un partenariat entre trois communautés de Ballyhoura et des communautés en Ouganda; accéder à l'expertise technique; créer des liens d'entraide entre les habitants des différentes localités et aider les communautés à trouver des soutiens financiers pour tout projet résultant de cette initiative. Il a été convenu qu'un soutien peut être accordé lorsque des projets potentiels correspondent au plan de développement Leader+.

■ 2. Activités principales

Une visite préparatoire a eu lieu en Ouganda en 2004, afin de développer l'idée et de recenser les communautés villageoises disposées à participer à l'initiative pilote. Une consultation a ensuite été organisée en Ouganda et en Irlande pour déterminer la marche à suivre et recueillir les points de vue des populations locales. La consultation a permis d'établir que le principal objectif était de mettre en place un groupe de bénévoles locaux, issus des différentes communautés, qui serait formé pour développer des liens sur la base des besoins des différentes communautés bénéficiaires.

Le projet a été mené en trois phases distinctes:

- phase 1: accueil et formation des communautés identifiées; définition des thèmes d'échange de compétences; visites des communautés;

- phase 2: élaboration de plans d'action pour les communautés d'Irlande et d'Ouganda; formation dans des domaines spécifiques; élaboration de projets par les communautés;
- phase 3: documentation du concept de «partenaires d'apprentissage» et élaboration d'un manuel pour faciliter le transfert du modèle à d'autres GAL et communautés.

Des représentants des trois communautés de Ballyhoura (Mitchelstown, Herbertstown et Caherconlish) se sont rendus en Ouganda en février 2005. La visite a couvert un certain nombre de thèmes tels que l'agriculture, la santé, l'éducation et des questions économiques. Après le retour du groupe en Irlande, les communautés se sont réunies pour décider des suites à donner à l'expérience, en se concentrant sur l'élaboration de projets de communication. Chaque communauté participante a organisé des soirées d'information pour faire la synthèse de ce qu'elle avait observé et appris et définir des solutions possibles.

Les communautés irlandaises ont maintenu les contacts avec la communauté en Ouganda. En particulier, Mitchelstown a étendu sa coopération avec Mbula en Ouganda, afin de créer davantage de liens au sein de la communauté, des écoles, des coopératives de crédit, des magasins locaux, des clubs et des organismes communautaires. En décembre 2005, le comité de Mitchelstown est retourné en Ouganda pour essayer de faire progresser une idée fondée sur le microfinancement et le système des coopératives de crédit en Irlande. Avec Mbula, ils ont proposé de nommer «partenaires d'apprentissage» le modèle de liens sur lequel ils travaillaient et ont conclu un accord de coopération. En septembre 2006, des représentants de la communauté de Mbula se sont rendus à Mitchelstown.





■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le projet a amélioré les liens et l'apprentissage entre les communautés, à travers tout un éventail d'activités parmi lesquelles l'échange de compétences, des visites et l'élaboration de projets.

Le principal résultat du projet a été l'élaboration du modèle «partenaires d'apprentissage» (PA), qui a établi des liens entre des communautés en Irlande et d'autres en Ouganda et qui offre la possibilité de pouvoir être transféré à d'autres GAL dans toute l'Europe. Un manuel précisant le processus de participation d'autres communautés au modèle PA a été rédigé.

Les habitants de Ballyhoura ont beaucoup appris des conditions de vie dans un pays en voie de développement — notamment les processus et problèmes de développement local, en se penchant sur les questions de santé telles que le sida et grâce aux contacts avec des jeunes.

Les habitants de Tororo ont mis en place un système d'épargne et de prêt qui préfigure la création d'une coopérative de crédit. Deux membres de la communauté de Mbula suivront des études dans le domaine des coopératives de crédit à l'université de Cork et acquerront une expérience professionnelle auprès de la coopérative de crédit de Mitchelstown. À la suite des championnats du monde de labour, auxquels ses représentants ont assisté pendant leur séjour en Irlande, la communauté de Mbula a organisé des compétitions de labour et a mis l'accent sur les bonnes méthodes culturelles.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Le problème principal du projet a été de trouver un moyen pratique d'apprendre/de partager des expériences entre communautés. Cette difficulté a été surmontée par l'élaboration du modèle «partenaires d'apprentissage».

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le programme Leader+ a contribué à renforcer le secteur bénévole local. Leader+ a également permis l'échange d'expériences entre des groupes locaux de pays différents, de manière à pouvoir tirer des enseignements mutuels de leurs problèmes, succès et volontariats respectifs.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en juillet 2004 et s'est terminé à la fin de décembre 2006.

■ 7. Budget

Le budget total des trois phases du projet s'élève à 69 400 EUR, dont 29 607 EUR provenant du FEOGA, 3 510 EUR de fonds publics nationaux et 9 179 EUR, 11 236 EUR (phase 2) et 15 868 EUR (phase 3) de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

Ballyhoura Development Ltd

Personne à contacter: Ann Lavery

Adresse: Kilfinane, Co. Limerick, Irlande

Tél. (353) 639 13 00

Fax (353) 639 13 30

E-mail: a.lavery@ballyhoura.org

Internet: www.ballyhouracountry.com

Photographies mises à disposition par le GAL Ballyhoura Development Ltd

IRLANDE

La marque régionale West Cork

Contexte du projet

Un paysage magnifique et un environnement intact, combinés à une culture et à une histoire riches et variées, font du West Cork une région à part. La région peut s'enorgueillir d'un certain nombre de «zones spéciales de conservation» et de «zones de patrimoine naturel» ainsi que de réserves naturelles maritimes et de parcs naturels.

L'agriculture, la pêche et les activités de transformation dérivées (agroalimentaire) ont été les composantes traditionnelles de l'économie locale. Le secteur des services est bien développé, en particulier celui des professions libérales, du tourisme et de l'hôtellerie. La croissance économique a permis le développement d'un secteur des technologies de l'information et de services internationaux, au détriment du secteur public où l'emploi a reculé ces dernières années.

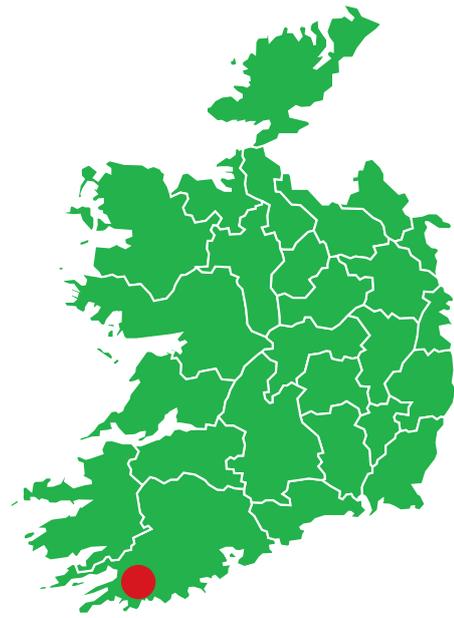
Le premier objectif du programme Leader+ West Cork est de mettre au point des initiatives de développement dans les zones rurales et de continuer à développer un environnement et une culture propices aux entreprises locales.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le développement d'une marque locale cherche à valoriser l'image et l'identité d'une région particulièrement originale et repose donc clairement sur une approche territoriale. Les produits commercialisés sous cette marque sont solidement enracinés dans les différentes traditions de la région.

La région en chiffres

- Population: 109 000 habitants
- Superficie: 3 150 km²
- Densité de la population: 35 habitants/km²
- Nombre de communes: —





Le projet s'inscrit dans une approche ascendante dans la mesure où il exige la participation et l'appui actifs d'un éventail de groupes sociaux et d'entreprises participants. Le GAL et ses composantes gèrent, développent et contrôlent tous les aspects de l'initiative au profit de l'ensemble de la région.

L'approche de partenariat a joué un rôle fondamental dans la réussite du projet. Le GAL a sélectionné et inclus un certain nombre d'agences et d'organismes publics et privés compétents dans le projet, en fonction des besoins de l'initiative. Un grand nombre d'alliances avec plusieurs partenaires de projet ont été conclues au fil des années dans le cadre de l'initiative.

L'innovation et les idées novatrices sont la clé de la durabilité de l'initiative. Chaque année, des idées et concepts nouveaux sont introduits, en particulier dans les domaines de la formation, du développement intégré, de la mise en réseau, des actions collectives, du marketing, des alliances et des partenariats.

La mise en réseau a joué un rôle fondamental dans l'élaboration de l'approche. Des promoteurs de projet se sont engagés dans une mise en réseau intensive des agences et des GAL dans un cadre national. Au cours des quatre dernières années, ils ont conclu de nombreux contacts et lancé des campagnes d'information à l'échelle de l'UE. Ils ont également entrepris un certain nombre de projets formels d'action de type 2 (coopération transnationale) liés à l'initiative en matière de marque, avec des GAL en Belgique, en Grèce, en Espagne, aux Pays-Bas, en Finlande et au Royaume-Uni. Faute de temps, de nombreuses autres possibilités de coopération ont dû être écartées. Le projet a également établi des liens avec d'autres réseaux en dehors du programme Leader+ et de l'UE, notamment avec l'Australie, le Canada, la Chine, les États-Unis, la Nouvelle-Zélande et la Russie.

Les promoteurs de projet sont confiants dans la viabilité économique de l'initiative. Ils souhaitent que l'initiative joue un rôle significatif dans le programme de développement rural local 2007-2013.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le projet a été lancé par le GAL West Cork dans le cadre du programme Leader II. Il s'agit d'une stratégie de développement intégrée, axée sur les atouts que la région peut offrir à la fois en matière de production de denrées alimentaires et de tourisme.

Le West Cork possède une image et une identité originales, pouvant représenter un puissant outil pour le développement des entreprises. Un concept de marque sophistiqué et détaillé, fondé sur cette image et cette identité, a été créé pour la région sur la base de l'élaboration, de la mise en œuvre et de la gestion de critères de qualité.

Le projet, qui représente une composante centrale de la stratégie de développement des entreprises de la région, est également fortement lié à d'autres actions prioritaires telles que le patrimoine, l'environnement et le développement local. Le GAL, en partenariat avec 150 entreprises locales, gère et contrôle tous les aspects de l'initiative.

■ 2. Activités principales

L'initiative en matière de marque comprend toute une gamme d'activités de développement appartenant aux catégories



suivantes: recherche, formation, investissement de capitaux et commercialisation.

Toute une série de programmes de développement différents sont organisés dans chacune de ces catégories: développement du commerce électronique, voyages de recherche, conférences environnementales, etc. (recherche); systèmes de contrôle-qualité des denrées alimentaires, évaluation et surveillance, formation en horticulture biologique, tutorat, etc. (formation); hébergement local, équipements et attractions pour les visiteurs, valorisations environnementales, viande et produits laitiers, etc. (investissement de capitaux); élaboration de brochures de tourisme, événements et foires pour le tourisme, site internet et développement du commerce électronique, publicité, voyages thématiques et voyages organisés (commercialisation).

■ 3. Réalisations et résultats concrets

L'initiative relative à la création d'une marque régionale, laquelle a englobé toute une série d'événements et d'idées à succès, s'est soldée par des avantages considérables pour la région dans son ensemble ainsi que pour les entreprises participantes.

Parmi les nombreux avantages à inscrire à l'actif du projet, on peut citer une politique cohérente de commercialisation et de promotion régionales, un degré élevé de reconnaissance chez les consommateurs et la notoriété de la marque, le développement de nouvelles entreprises et de nouveaux produits, la création d'emplois, la hausse du chiffre d'affaires et de la rentabilité, des normes de qualité renforcées, le développement de marchés/l'accès aux marchés et le développement de réseaux.

L'initiative est également considérée comme un exemple de cohésion territoriale, de compétitivité et de stratégie de développement intégrée. Une analyse coûts/bénéfices approfondie de l'impact et des résultats du projet de la marque West Cork est actuellement en cours.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

La phase de recherche et de développement du projet a nécessité un investissement considérable en temps et en énergie, qui s'est avéré essentiel pour la réussite du projet, notamment en assurant une participation locale.

La principale difficulté rencontrée a été de s'assurer de la pertinence de l'initiative en tant qu'infrastructure de développement pour la région et les entreprises participantes. Cela a nécessité, de la part du GAL, une connaissance claire et précise de la région, de son potentiel, de son contexte, de son histoire et des problèmes de développement auxquels sont confrontées les petites entreprises en milieu rural.

Il importait de faire en sorte que l'initiative continue de fonctionner prioritairement comme une initiative de développement et non comme une entité commerciale. Il importait également d'adopter une approche graduelle, de sorte que les différentes actions puissent être liées et développées dans le cadre d'une stratégie intégrée.

Le principal défi pour l'avenir sera l'intégration horizontale de l'initiative entre diverses agences de développement sectorielles.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La plus-value du projet réside dans le fait que l'initiative n'aurait pu être développée par aucune agence ou organisation autre que le GAL. L'approche, les objectifs, le contexte et les ressources Leader+ constituent une configuration idéale et un outil optimal pour une stratégie de développement intégrée de cette nature.

Le succès s'explique par la fourniture aux entreprises locales de solutions de développement que les agences de développement classiques ne sont pas capables de proposer. Les concepts d'animation et de renforcement des capacités, présents dans le programme Leader+, ont joué un rôle capital dans le succès du projet. De même, l'intégration du développement des populations locales et de celui des entreprises sous un thème commun n'était possible que dans le cadre du champ d'application très étendu du programme Leader+. Cela est important, car de nombreuses initiatives soutenues par le programme Leader dans les domaines du développement communautaire, de l'environnement, du capital social, du patrimoine, etc., représentent certaines des valeurs fondamentales de la proposition en matière de marque.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en septembre 2001 et s'est terminé à la fin de décembre 2006.





■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 6 250 000 EUR, dont 1 300 000 EUR provenant du FEOGA, 1 850 000 EUR de fonds publics nationaux et 3 100 000 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: West Cork Leader Co-op

Personne à contacter: Ian Dempsey
Adresse: South Sq, Clonakilty, West Cork, Irlande

Tél. (353) 233 40 35
Fax (353) 233 40 66

E-mail: wlc@wlc.iol.ie
Internet: www.westcorkleader.ie

Photographies mises à disposition par le GAL West Cork Leader Co-op





Le taxibus

Contexte du projet

Le GAL Alto Oltrepo est situé dans une région composée de collines et de montagnes, au sud-ouest de la province de Pavie en Lombardie, entre les régions du Piémont, de Ligurie et d'Émilie-Romagne. La plus haute montagne du secteur culmine à 1 700 m.

La région connaît de nombreuses difficultés: une population en déclin, l'appauvrissement des centres ruraux, un déficit d'identité et la disparition des services traditionnels.

Le GAL Alto Oltrepo est axé sur le thème Leader+ relatif à l'amélioration de la qualité de vie dans les zones rurales. Sa stratégie de développement local comporte quatre objectifs spécifiques: assurer la mise en réseau de l'économie; rompre l'isolement des habitants et faciliter les déplacements à l'intérieur du territoire afin de réduire les distances; soutenir la vie de famille et développer les services d'aide à domicile; préserver l'histoire et la mémoire de ces grandes régions rurales.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale a joué un rôle important dans le projet, qui repose sur l'analyse des insuffisances en matière de communications et de transports, pour faciliter l'intégration et l'amélioration du système de transport local existant. Le projet a mis en place une organisation innovante visant à améliorer l'efficacité, la flexibilité et les synergies entre les transports publics et les correspondances dans les zones rurales reculées.

La région en chiffres

- Population: 17 866 habitants
- Superficie: 487 km²
- Densité de la population: 36 habitants/km²
- Nombre de communes: 22





L'approche ascendante a été présente dans toutes les phases du projet, car celui-ci a été élaboré avec l'aide et la contribution des habitants, des administrations et des entreprises de transport locales. Cela a permis de répondre aux besoins réels des habitants des zones rurales les plus reculées.

L'action a instauré un système innovant pour la région, qui a apporté une réponse aux zones rurales inaccessibles et dépeuplées ou à faible densité de population, en particulier celles situées dans les montagnes et dans des régions de haute altitude. Les principaux éléments novateurs de l'approche ont consisté à déterminer le risque d'investissement d'un système expérimental de transport, à encourager la coopération public-privé dans les zones rurales et à montrer comment un service de transport flexible pouvait effectivement aider les membres les plus jeunes et les plus âgés de la population.

Le nouveau service a été un bon exemple de financement et de gestion au niveau local, car il a coordonné avec succès les autorités locales et les entreprises publiques et privées. Des sponsors privés ont participé à l'initiative, en particulier la fondation bancaire «Banca del Monte di Lombardia».

L'action pourrait facilement être transférée à d'autres zones rurales qui présentent des caractéristiques et des problèmes de transport similaires. Il convient de tenir compte du contexte spécifique de chaque secteur, afin:

- d'identifier les besoins réels de mobilité (types de service, groupes cibles, horaires et durée du projet),
- d'identifier les secteurs géographiques les moins accessibles (en particulier ceux disposant de services de transport limités),
- de favoriser des opérateurs de transport multiples,

- d'assurer et de gérer les services d'une manière flexible pour répondre aux besoins réels des usagers,
- d'impliquer toutes les parties prenantes locales concernées.

Le succès de ce projet pilote a permis d'étendre la zone d'essais initiale du projet pour couvrir la totalité de la région du GAL. Une stratégie à plus long terme est maintenant en place pour tenter d'assurer la durabilité du projet.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le GAL a pour principaux objectifs opérationnels de répondre aux besoins locaux en créant de nouveaux services, comme des télécentres, des services d'aide à domicile pour les personnes âgées et les personnes défavorisées, des services mobiles dans les secteurs montagneux reculés et un réseau de services de transport intégrés. Ce projet visait à fournir un nouveau service de transport pour répondre aux besoins de mobilité des communautés rurales, en particulier ceux de quatre communes situées dans le secteur montagneux le plus reculé et le plus isolé.

Les objectifs prioritaires du projet étaient les suivants:

- assurer un transport jusqu'aux centres médicaux pour les personnes âgées et jusqu'aux installations sportives pour les jeunes;
- assurer des liens avec les habitants les plus reculés et les plus défavorisés;
- activer de nouvelles liaisons avec des centres commerciaux au sein et à la périphérie du secteur;
- réduire l'exode rural.





■ 2. Activités principales

La première activité du projet a consisté à répondre aux besoins exprimés par les quatre communes sélectionnées, ce qui a été nécessité trois phases:

- a) l'établissement d'un comité technique (avec des représentants du GAL, du pays et de la communauté de montagne) chargé de l'orientation stratégique, de la surveillance et du contrôle;
- b) la conception technique et économique d'un nouveau service de transport intégré;
- c) la création et le pilotage du nouveau service de transport sur un site d'essai sélectionné.

Le projet de taxibus a été élaboré afin de fournir des réponses concrètes aux besoins de mobilité, en prenant en compte les demandes des usagers en termes d'horaires et de transport. Les autorités locales sont responsables du service de réservation, ce qui rassure les utilisateurs et permet un suivi de la catégorie de personnes ayant recours au transport ainsi que de leurs besoins.

Un responsable de service est chargé d'organiser et de coordonner les transports, afin qu'ils répondent avec souplesse aux besoins des usagers, et de fournir aux usagers toutes les informations nécessaires à leur réservation.

Le projet est un service expérimental qui suit une procédure particulière: les usagers contactent un centre d'appels/une unité de coordination du fournisseur de service ou de la commune; la demande individuelle de service est analysée et le service planifié; le fournisseur de service confirme la demande; le service est fourni.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Jusqu'ici, le service a été mis en œuvre avec succès autour de la région pilote et a été étendu pour couvrir tout le domaine de la communauté de montagne d'Olto Altrepo Pavese et ses vingt-deux communes. Le service, géré par un groupe de cinq entreprises de transport locales, a produit entre août 2004 et 2007 les principaux résultats suivants:

- 5 642 voyages ont été réalisés, soit une distance couverte de 112 840 km;
- le nombre d'utilisateurs a augmenté rapidement, pour atteindre un total de 16 313 personnes, dont 15 823 personnes âgées, 345 jeunes et 145 personnes appartenant à une autre catégorie;
- le public visé en priorité a été atteint, et la perception du service s'améliore;
- les membres plus âgés des communes ont pu établir des relations avec d'autres personnes, ce qui leur a donné plus d'indépendance;
- les jeunes ont pu participer à un plus grand nombre d'événements culturels et sportifs sans dépendre de leurs parents.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Quelques problèmes ont été rencontrés lors des phases initiales du projet, en raison du caractère novateur de ce dernier. Par exemple, les utilisateurs n'avaient pas pleinement confiance dans le système, et il y avait quelques difficultés de communication entre les administrations locales. Le projet a mis en évidence l'importance: de promouvoir et de diffuser efficacement le service; de mettre en place des lignes de télécommunication reliant les usagers et le gestionnaire; de maintenir un service flexible et convivial et d'assurer une certaine cohérence entre l'horaire prévu et l'horaire effectif.



■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La valeur ajoutée du projet a été de sensibiliser la population locale aux besoins et risques réels de la région, en particulier en ce qui concerne les personnes âgées et les jeunes. L'appui et le caractère novateur du programme Leader+ ont également permis de concevoir, de mettre en œuvre et de tester un nouveau service de transport, ce qui aurait été difficile autrement.

■ 6. Durée

Le projet a débuté en septembre 2003 et se terminera à la fin de mars 2008.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 1 162 000 EUR, dont 134 250 EUR provenant du FEOGA, 134 250 EUR de fonds publics nationaux et 893 500 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: GAL Alto Oltrepo Srl

Personne à contacter: Raffaella Piazzardi
 Adresse: Via Giuseppe Mazzini, 16, I-27057 Varzi, Pavia

Tél. (39) 03 83 54 06 37
 Fax (39) 038 35 35 83

E-mail: galoltrepo@tiscalinet.it
 Internet: www.gal-oltrepo.it

Coordonnées de l'opérateur local

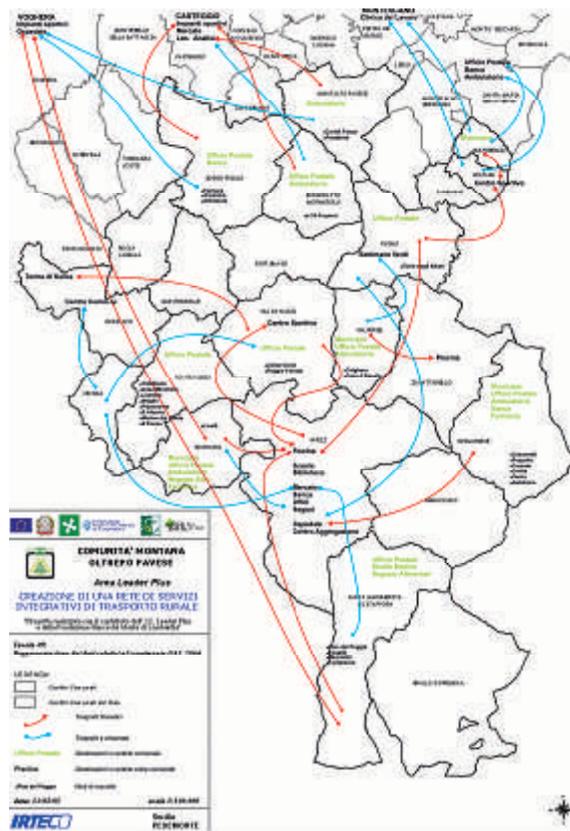
Nom de l'organisation:
 Comunità Montana dell'Oltrepo Pavese

Personne à contacter: Giovanni Draghi
 Adresse: Piazza Umberto I, 9, I-27957 Varzi, Pavia

Tél. (39) 03 83 54 58 11
 Fax (39) 038 35 48 50

E-mail: comunitamontanaoltrepo@cmop.it
 Internet: www.cmop.it

Photographies mises à disposition par le GAL Alto Oltrepo Srl





Projets de filières de production

Contexte du projet

La région du GAL est composée de cinq communautés de montagne qui couvrent la partie sud-ouest de la région du Piémont. Le GAL se trouve à l'intérieur des limites administratives de la province de Cuneo. Il est limité par la vallée du Gesso au sud, la vallée du Pellice au nord, les Alpes cottiennes et maritimes à l'ouest, et s'ouvre à l'est sur la vaste plaine de Cuneo.

La région est caractérisée par une grande homogénéité géographique, environnementale et culturelle, ce qui facilite la coordination et le partage de programmes communs pour les prochaines initiatives de projets locaux.

Le GAL a pu intervenir au niveau politique afin de soutenir des programmes de développement locaux approuvés par tous les partenaires et dont les résultats sont visibles sur tout le territoire. Cela s'explique par l'existence d'objectifs et de stratégies communs visant à encourager l'adoption d'une approche unique en matière de développement économique et social.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit clairement dans une approche territoriale. Le GAL vise à promouvoir la région dans son ensemble et à valoriser la zone en créant des filières de production artisanale chez les producteurs locaux. L'action est entièrement consacrée à la recherche de solutions aux problèmes de distribution des producteurs locaux et au renforcement des capacités d'innovation, car le marché est typiquement dominé par les filières et les supermarchés de plus grande taille.

La région en chiffres

- Population: 60 000 habitants
- Superficie: 2 424 km²
- Densité de la population: 25 habitants/km²
- Nombre de communes: 64





Le partenariat a joué un rôle essentiel dans la réalisation et le succès du projet. Il s'appuie sur des parties prenantes locales agissant ensemble pour créer des filières commerciales, capables de concurrencer le système de distribution à plus grande échelle, tout en préservant l'identité et la qualité traditionnelles de leurs produits.

Le projet a démontré son caractère novateur à plus d'un titre. Les partenaires s'engagent à coopérer ensemble. C'est la partie la plus novatrice de l'activité, car elle a permis de réunir des entreprises locales désireuses de retirer des avantages économiques de cette coopération. Les propositions soumises doivent avoir un caractère novateur en ce qui concerne tant l'investissement que les impacts pour la région.

Le système d'appel de propositions décrit dans le projet est un bon exemple de gouvernance, de financement et de gestion. Le GAL a adopté un critère de sélection qui a assuré une bonne répartition de l'aide entre les systèmes de production de la région. Ce critère repose sur les résultats et les effets prévus, le degré d'innovation, la durabilité environnementale, la qualité de l'accord, le nombre de demandes conjointes, l'âge des entrepreneurs et la situation géographique des entreprises requérantes (la préférence a été donnée à celles situées à une altitude d'au moins 600 m).

Le projet vise à encourager l'innovation économique afin de faciliter l'accès des produits locaux à de nouveaux marchés et débouchés, grâce à des investissements supportés par les entrepreneurs. Les conditions des propositions et du financement favorisent le développement durable de l'économie locale. Les demandeurs doivent adopter un accord d'une durée minimale de cinq ans qui, à son tour, contribuera à pérenniser les idées de coopération et de projet.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le GAL a été l'instigateur du lancement d'un projet axé sur la valorisation des produits locaux. Assurer la promotion de la région à travers ses produits agricoles, soutenir l'évolution et les structures de commercialisation et faciliter l'accès au marché pour les produits locaux figurent parmi les principaux objectifs du GAL. Ce projet, qui répond parfaitement au plan de développement local du GAL, facilite l'accès au marché des produits locaux.

Le projet vise à surmonter les obstacles auxquels sont confrontées les petites et moyennes entreprises menacées par des supermarchés et de grandes chaînes, qui dominent le marché. Grâce à la collaboration de petits groupes de parties prenantes, organisés en petites filières, le projet a permis aux entreprises de renforcer leurs capacités et de trouver de nouveaux débouchés durables.

■ 2. Activités principales

Le projet repose sur deux initiatives complémentaires:

- élaborer un projet pilote axé sur l'identité culturelle comme catalyseur du développement local: pour chacun des secteurs — agricole, artisanal et agroalimentaire —, l'objectif consistait à identifier le marché le mieux adapté à la distribution des produits des différents producteurs, afin d'optimiser leurs bénéfices à travers différents circuits de distribution. En 2003, les filières de production ont fait l'objet d'une étude afin de formuler des propositions pour améliorer les performances commerciales;
- sélectionner et appuyer des propositions et des investissements novateurs conjoints par le groupement de petites et moyennes entreprises: chaque groupe, qui comptait au minimum trois entreprises, s'était assigné pour tâche d'améliorer les microfilières grâce à une série d'innovations au sein des entreprises et tout au long de la filière. Ces innovations pouvaient porter sur les produits, les services, la transformation ou le processus de commercialisation. Il importait que le GAL discerne le caractère novateur des propositions, à la fois en termes d'investissements et en termes d'impacts sur la région. Le GAL a publié deux appels de propositions en 2004.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Dans le cadre du premier appel de propositions, les investissements ont été limités à onze entreprises sélectionnées, regroupées en trois petites filières. Le deuxième appel a connu plus de succès, avec vingt-deux entreprises sélectionnées représentant sept filières de production dans les secteurs suivants: bœuf



et race bovine piémontaise; herbes médicinales de la Valle Vairaita et de la Valle Grana; baies de la Valle Vaira; vins portant le label AOP de la région de Colline Saluzzesi; myrtilles de la vallée du Pô; fromage portant le label AOP de la région de Castelmagno; et une petite industrie de pâtes fraîches.

Toutes les entreprises sélectionnées représentaient diverses filières de production réparties sur l'ensemble de la région du GAL. Même les producteurs des zones les plus reculées et les plus inaccessibles ont participé à l'initiative et ont reçu une aide pour améliorer leurs conditions structurelles.

De septembre à octobre 2006, après la publication de la sixième initiative «filières de production et projets d'intégration intersectorielle», neuf nouveaux projets ont été soumis par trente-sept entreprises différentes.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Peu de propositions ont été soumises lors du premier appel de propositions, ce qui était inattendu et probablement dû au caractère novateur de l'approche axée sur les filières de production. Cette approche constituait un engagement, les demandeurs devant signer une convention commune garantie par une déclaration souscrite par toutes les entreprises participant à une même proposition.

Un autre problème venait du fait que seules les entreprises ayant une dimension économique suffisante ont exprimé leur intérêt pour le projet. Cela est probablement lié à l'exigence de cofinancer 60 % des investissements, ce qui constituait un défi

et un obstacle pour les entreprises plus petites et économiquement fragiles.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La plus-value du projet réside dans l'élaboration d'une politique de gouvernance au niveau local centrée sur la résolution de problèmes de fond, notamment des insuffisances locales dues aux systèmes de grande distribution et de vente au détail qui ont contraint les producteurs locaux à développer des nouvelles capacités de commercialisation et des solutions innovantes.

Une priorité essentielle du GAL est de valoriser la région en mettant en place un système d'appel de propositions. Le GAL a estimé que cela constituait un bon outil pour tester de nouvelles mesures et de nouveaux processus d'innovation collectifs, bénéfiques pour l'ensemble de la région.

■ 6. Durée

Le projet a démarré à la fin de juin 2004 et s'est terminé à la fin de décembre 2007.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 71 000 EUR, dont 35 500 EUR provenant du FEOGA, 14 200 EUR de fonds publics nationaux et 21 300 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

GAL Tradizione delle Terre Occitane

Personne à contacter: Mario Bertoldi

Adresse: Piazza San Paolo, 3, I-12023 Caraglio (CN)

Tél. (39) 01 71 61 03 25

Fax (39) 01 71 81 79 81

E-mail: info@tradizioneterreoccitane.com

Internet: www.tradizioneterreoccitane.com

Photographies mises à disposition par le GAL Tradizione delle Terre Occitane





LUXEMBOURG

Développement régional par le changement culturel

Contexte du projet

Le GAL Redange-Wiltz est situé à l'ouest du Luxembourg, et la région est connue pour son agriculture. Elle abrite le premier parc national du Luxembourg, le Naturpark Öewersauer, et possède un paysage magnifique.

Le GAL a concentré son action principalement sur les habitants de la région et les initiatives de formation et de communication. Il a pour ce faire retenu trois principaux domaines de développement: valoriser les ressources humaines par la formation et l'éducation; promouvoir les loisirs, la culture et le tourisme; assurer une meilleure communication entre les différents groupes cibles au sein des villages.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale a été un élément important de ce projet, dans la mesure où celui-ci était fondé sur l'intégration de citoyens d'origine portugaise résidant dans la région du GAL Redange-Wiltz (actuellement 6 % de la population locale). Le projet visait à aider les Luxembourgeois et les personnes d'origine portugaise à comprendre leurs différences culturelles et sociales et à leur permettre ainsi d'agir et de cohabiter en meilleure harmonie.

Le projet était très novateur, car fondé sur une méthode moderne d'enseignement des langues. Des cours interactifs ont offert aux participants des possibilités d'échange culturel plus intensives et une expérience linguistique innovante.

Le projet a amélioré la compréhension mutuelle des deux communautés, dans la mesure où elles ont appris à mieux connaître leurs langues et cultures respectives. Cela a contribué à

La région en chiffres

- **Population: 19 114 habitants**
- **Superficie: 391 km²**
- **Densité de la population: 48 habitants/km²**
- **Nombre de communes: 13**





améliorer la compréhension et l'intégration des minorités au sein des communautés rurales.

La mise en réseau a été un élément fort du projet grâce auquel deux GAL ont pu développer des liens culturels et économiques plus solides entre leurs pays. La mise en réseau de régions éloignées a également été une caractéristique majeure du projet.

Les cours de langues interactifs et l'approche transnationale sont de bonnes idées qui pourraient être transférées à d'autres zones géographiques aux caractéristiques similaires. Il convient de reconnaître que le succès de ce projet pilote est dû en partie à la situation démographique de la région du GAL Redange-Wiltz (une forte proportion de la population est d'origine portugaise).

Le ministère de la famille et de l'intégration prévoit d'appliquer l'idée des cours de langues au niveau national, afin d'encourager une plus large intégration culturelle et d'assurer la pérennité du projet.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Ce projet pilote transnational a débuté en 2004 avec la signature d'un accord de partenariat entre deux GAL. Une coopération s'est alors instaurée entre le GAL Redange-Wiltz au Luxembourg et le GAL ProBasto au Portugal, compte tenu du grand nombre d'habitants d'origine portugaise (principalement de la région de Basto) vivant dans la région de Redange-Wiltz au Luxembourg.

Un grand nombre d'immigrants portugais se sont installés au Luxembourg dans les années 70 pour travailler dans le secteur du bâtiment. La majorité de ces immigrants ne sont jamais parvenus à s'intégrer totalement au mode de vie du Luxembourg.

L'objectif stratégique du GAL Redange-Wiltz était donc d'améliorer la compréhension entre les différentes cultures cohabitant au Luxembourg.

L'accord de coopération entre les deux GAL vise trois mesures principales qui s'intègrent dans la stratégie des deux GAL:

- l'intégration culturelle et la participation de la jeunesse;
- la promotion de la région et des produits locaux;
- la promotion du tourisme.

■ 2. Activités principales

La première action pilote lancée par le GAL Redange-Wiltz a été un cours de langues/d'intégration organisé avec succès dans la région luxembourgeoise. Le cours comportait l'enseignement simultané des deux langues et était le premier de ce type dans la région. L'objectif du projet était de simplifier les échanges linguistiques et culturels entre la population luxembourgeoise et la population lusophone, afin de faciliter l'intégration des deux communautés.

La méthode sur laquelle reposait la formation consistait à enseigner la langue en s'appuyant sur des thèmes culturels spécifiques (par exemple l'histoire, les traditions, les aliments et la danse). Cinq professeurs de langues de la région se sont rencontrés afin de discuter des différentes manières qui permettraient de réunir les communautés à travers des cours/ateliers linguistiques agréables et réalisables.

Le résultat a été la division du groupe en deux — un sous-groupe parlant portugais et un sous-groupe parlant les langues du Luxembourg (allemand, français et luxembourgeois). Le cycle a commencé par un cours du soir au cours duquel l'idée du projet a été exposée et les participants se sont présentés. D'autres cours ont suivi, et des ateliers pratiques ont été mis en place. Au sein des ateliers, les participants ont été regroupés en binômes (composés chacun d'un lusophone et d'une personne parlant le luxembourgeois) puis ils ont été chargés de réaliser des activités ensemble, par exemple faire des achats, de la cuisine, de la danse, du jardinage, des jeux et des activités traditionnelles. Les ateliers ont permis aux participants non seulement de découvrir leurs pays et langue respectifs de manière pratique, mais également de faire plus amplement connaissance.

Le coût des cours de langues a été pris en charge par le GAL (ils étaient gratuits pour les participants), car il s'agissait d'un projet pilote et personne ne pouvait prévoir le degré de réussite des cours.





© Charles Reiser



L'élément transnational du projet est lié à une visite de producteurs portugais (de produits locaux) au Luxembourg en mai 2007. D'autres visites au Portugal ont été effectuées en août 2007, avec la présentation du projet lors d'un salon régional et l'organisation d'autres cours de langues pour les participants.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le premier stage a commencé en février 2006 à Wiltz avec vingt participants (dix d'origine portugaise et dix d'origine luxembourgeoise) et a duré dix-sept semaines. Les résultats du stage ont été excellents, et une autre session a par conséquent été organisée en automne 2006 dans le cadre du programme Leader+.

La commission «étrangers» des communes a participé à la sélection des participants. La commission et le ministère de la famille (qui est également responsable de l'intégration au Luxembourg) ont manifesté un vif intérêt pour la formation et ont l'intention de continuer à proposer ces stages au niveau national au terme du projet pilote Leader+.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Il était essentiel que le projet abandonne le mode de structuration classique d'un cours de langues — les formateurs ont voulu rendre les leçons aussi interactives et intéressantes que possible. Le but était de favoriser l'échange entre les citoyens d'origine portugaise et de surmonter les barrières culturelles et les craintes.

Un autre problème qui s'est posé concernait la manière de solliciter les citoyens d'origine portugaise et de les inciter à participer au cours (les méthodes de communication habituelles, par voie d'affichage et d'annonces dans les journaux, n'ont pas suscité beaucoup de réponses). Le GAL a donc décidé de contacter personnellement les participants potentiels par le biais d'organismes partenaires.

Des problèmes de coordination transnationaux se sont présentés en raison des intérêts divergents des deux GAL. Le GAL du Luxembourg voulait axer davantage les cours sur les aspects sociaux et culturels, tandis que le GAL portugais était

d'avantage intéressé par la promotion de ses produits régionaux et locaux. Ce problème a été résolu par des visites de projet au Portugal (pour les personnes ayant participé au cours de langues) et au Luxembourg (pour les producteurs locaux).

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le concept linguistique était une idée particulièrement innovante, qui a permis de lever de nouvelles barrières entre deux cultures différentes cohabitant au Luxembourg. Le caractère pilote du programme Leader+ a permis à ce projet de voir le jour, la valeur ajoutée résidant dans l'approche inédite de l'enseignement d'une langue.

■ 6. Durée

Le projet a débuté en janvier 2005 et s'est terminé à la fin de décembre 2007.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 85 000 EUR, dont 42 500 EUR provenant du FEOGA, 21 250 EUR de fonds publics nationaux et 21 250 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Leader+ Redange-Wiltz

Personne à contacter: Jacques Fons

Adresse: 23, an der Gaass, L-9150 Eschdorf

Tél. (352) 89 95 68-1

Fax (352) 89 95 68-40

E-mail: rw@leader.lu

Internet: www.rw.leader.lu



Photographies mises à disposition par le GAL Leader+ Redange-Wiltz



PAYS-BAS

La merveilleuse Wieringen

Contexte du projet

Le GAL Kop van Noord-Holland en Texel est situé au nord des Pays-Bas, sur une péninsule entourée par la mer du Nord, le lac IJsselmeer et la mer des Wadden. Une ligne ferroviaire et deux routes principales, qui vont du nord au sud de la péninsule, constituent les seuls axes de transport. La région du GAL compte trois agglomérations urbaines, Amsterdam se trouvant à 70 km au sud de la zone. Les secteurs économiques les plus importants de la région sont l'agriculture, l'horticulture, la pêche, les loisirs et le tourisme.

La principale priorité du GAL est de faire du développement des savoir-faire et des nouvelles technologies la force motrice de l'économie régionale.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale a été spécifiquement prise en compte dans le projet, étant donné que celui-ci vise à faire connaître la spécificité, l'histoire et le paysage attrayant de la région. Toute la stratégie du projet repose sur une mise en valeur optimale des richesses culturelles et naturelles de la région de manière à pouvoir créer de nouvelles sources de revenu et possibilités de développement à travers le tourisme de loisirs, les produits locaux et les services aux visiteurs.

Le projet s'articule autour du développement de nouveaux services dans la région, en faisant participer la population locale et des entrepreneurs locaux qui forment la fondation Wonderlijk Wieringen (merveilleuse Wieringen). Ses membres, soutenus par un conseil enthousiaste, développent des activités sur la

La région en chiffres

- Population: 69 527 habitants
- Superficie: 108 km²
- Densité de la population: 641 habitants/km²
- Nombre de communes: 6





base du volontariat. C'est une illustration de l'approche ascendante.

L'instauration d'une coopération réussie entre 60 entrepreneurs locaux a été un élément particulièrement novateur du projet. Parmi les autres aspects novateurs figure la création de nouveaux services pour la région.

Le travail en réseau et la coopération ont joué un rôle primordial. La fondation Wonderlijk Wieringen a coopéré avec succès avec la fondation Waddengroep et son label régional Waddengoud, afin de contribuer à la promotion et au développement de produits locaux. La fondation et la municipalité ont également coopéré avec une province voisine afin de promouvoir conjointement le tourisme.

La fondation Wonderlijk Wieringen, chargée du financement local et de la gestion, a été spécifiquement créée pour gérer convenablement les fonds et les activités.

Le projet a généré de nouvelles activités, et le nombre de visiteurs a rapidement augmenté. Le projet s'intègre à plus long terme dans une stratégie globale soutenue par une vision partagée par les entreprises locales, les organismes sociaux et la municipalité du secteur de Wieringen. Ensemble, ils ont adopté un rapport intitulé «Wonderlijk Wieringen, aan de slag», qui définit la base de la coopération et décrit des ambitions

communes pour 2010 afin que Wieringen demeure aussi attrayante que possible pour ses habitants et ses visiteurs.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Wieringen est une ancienne île de la mer des Wadden qui, selon un programme à grande échelle intitulé «Wieringerrandmeer», est susceptible de redevenir une île à part entière dans une dizaine d'années. Les plans comprennent l'aménagement de zones d'habitat incluant à la fois des logements permanents et de vacances, mais les habitants sont préoccupés par les aménagements et veulent préserver l'ambiance et le caractère typiques de la région.

En 2002, les communes locales et le GAL ont décidé d'améliorer la situation économique de Wieringen. Ils ont proposé d'essayer un nouveau type de coopération avec les entrepreneurs locaux afin de développer ensemble de nouveaux produits, d'améliorer la gestion de la qualité et de valoriser l'image de la région. En 2004, 30 entrepreneurs ont créé la fondation Wonderlijk Wieringen, et les milieux d'affaires locaux ont depuis lors uni leurs forces pour tenter de préserver et de valoriser le caractère et les centres d'intérêt de Wieringen, en développant des produits locaux et en proposant aux touristes des excursions et des paquets touristiques.



Le secteur est très fréquenté par les touristes, car c'est un endroit idéal pour la pratique du cyclotourisme et de la marche. Les visiteurs peuvent emprunter des chemins vicinaux qui serpentent entre de petits villages, des hameaux, des ports de pêche et des plages, tous dotés de caractéristiques spécifiques.

■ 2. Activités principales

La fondation a développé un certain nombre d'activités liées à la promotion des produits locaux et des services de tourisme pour les visiteurs. L'objectif général est de promouvoir un paysage varié, par le développement durable de la nature, du paysage, de l'eau et de l'habitat. Le projet assure également la promotion de l'identité culturelle de l'île, qui est une valeur fondamentale de l'approche Wonderlijk Wieringen.

Plus spécifiquement, les activités suivantes ont été développées tout au long du projet:

- une marque centrale et un logo pour le secteur, avec l'image d'un Viking;
- la création d'un site internet qui raconte l'histoire secrète de l'île de la mer des Wadden en néerlandais et en allemand;
- l'élaboration et la diffusion d'une publication et d'une carte qui présentent les trésors du secteur et les moyens de les découvrir. Ces documents sont mis à disposition gratuitement à l'office du tourisme ainsi que dans un grand nombre de magasins et de points de vente;
- un certain nombre de produits locaux ont fait l'objet de campagnes promotionnelles, parmi lesquels le miel de Wieringen, les cigares, les gaufrettes, les gâteaux de Viking et les bulbes de tulipe;
- les activités et événements du secteur ont été promus, tels que le marché aux poissons et les floralies;

- de nouveaux services ont été conçus pour les visiteurs en coopération avec les entrepreneurs locaux, afin que les touristes puissent facilement découvrir tous les sites intéressants de l'île. Tous les centres d'intérêt sont clairement signalés sur la carte (voir ci-après) pour que les touristes puissent planifier leur visite rapidement.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le résultat le plus important, qui aura une incidence sur l'aménagement futur de la région, a été le développement de services touristiques (restaurants, moyens de transport, musées, campings, voyages et excursions, etc.), ce qui a occasionné une augmentation du nombre de visiteurs dans la région et permis de fidéliser la clientèle. Les visiteurs choisissent généralement les chambres d'hôte, des hôtels, des terrains de camping locaux, ce qui profite à l'économie locale et encourage les entreprises à innover et à poursuivre leurs activités.

Le nombre de membres de la fondation a doublé, atteignant 60 membres à la fin du projet.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Le projet a été particulièrement utile, car il a permis à l'association de tirer des enseignements de ses travaux de développement local. Les activités dépendent entièrement de l'engagement bénévole de ses membres, ce qui, pour certains entrepreneurs, est assez difficile à accepter.

La fondation a réalisé qu'elle manquait d'expérience dans le domaine de la promotion des produits locaux et qu'elle avait donc tout intérêt à coopérer avec Waddengoud, une autre initiative



régionale spécialisée dans les produits locaux, capable de lui donner des conseils en matière de certification et de gestion de la chaîne d'approvisionnement.

Le projet a montré qu'il était très bénéfique pour les entrepreneurs (qui travaillent souvent seuls) de coopérer à des objectifs communs et de développer des services conjoints. L'expérience a également fait apparaître que les services proposés n'étaient pas suffisamment adaptés aux besoins et demandes spécifiques de chacun. Des efforts ont donc été consentis pour améliorer et diversifier les services et activités proposés sur l'île.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La plus-value spécifique du projet réside dans l'aide que le programme Leader+ a offert aux entrepreneurs locaux, afin qu'ils puissent renforcer leur coopération, entre eux et avec la municipalité. Pour la fondation et ses membres, Leader+ a été l'occasion de bénéficier d'une expertise professionnelle dans le domaine de la promotion des produits locaux et du développement durable.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en juin 2002 et s'est terminé à la fin de janvier 2007.



■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 171 194 EUR, dont 89 594 EUR provenant du FEOGA, 76 600 EUR de fonds publics nationaux et 5 000 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Kop Van Noord-Holland En Texel

Personne à contacter: Vera van Vuuren

Adresse: Willemsoord 30, 1781 AS, Den Helder, Pays-Bas

Tél. (31-223) 66 84 70

Fax (31-223) 66 12 45

E-mail: vvuuren@nhn.nl

Internet: www.leader-plus.org

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:

Vereniging Wonderlijk Wieringen

Personne à contacter: Marion Lont

Adresse: PB 42, 1777 ZG, Hippolytushoef/Wieringen, Pays-Bas

Tél. (31-620) 01 00 72

E-mail: Info@wonderlijkwieringen.nl

Internet: www.hetgeheimewaddeneiland.nl

Photographies mises à disposition par le GAL Kop Van Noord-Holland En Texel





PAYS-BAS

La boulangerie de Jikkemiene

Contexte du projet

Le GAL Midden En Noord Zeeland, situé au sud-ouest des Pays-Bas, a sélectionné deux thèmes Leader+ spécifiques: améliorer la qualité de vie dans la région et valoriser ses ressources naturelles et culturelles.

Le GAL a des objectifs divers, notamment celui d'améliorer la disponibilité et l'accessibilité des équipements de la région, de préserver et de valoriser l'identité de la région, de développer une main-d'œuvre (agricole) qualifiée dans le respect de l'égalité des chances, de renforcer l'attrait de la région et de préserver le cadre de vie naturel. Les autres domaines prioritaires concernent l'amélioration de la base écologique de l'agriculture, la mise en œuvre d'une gestion durable de l'eau et le soutien du secteur du tourisme et des loisirs.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet est une initiative novatrice, car c'est la première fois qu'une fondation d'aide sociale pour personnes handicapées ouvre en zone rurale une boulangerie, une boutique et un salon de thé. De nombreux établissements de soins ouvrent effectivement des boutiques dans des villes de plus grande importance, mais il ne s'agit généralement pas de boulangeries, et aucune n'a été ouverte auparavant en zone rurale. Pour la fondation, il est essentiel d'offrir un emploi utile et valorisant aux personnes ayant des besoins spéciaux.

L'approche ascendante a été un élément important de ce projet. L'idée originale a été lancée par la fondation GORS, qui a encouragé des handicapés mentaux à travailler activement et à gérer une boulangerie avec l'appui de bénévoles et le sien.

La région en chiffres

- Population: 99 976 habitants
- Superficie: 851 km²
- Densité de la population: 118 habitants/km²
- Nombre de communes: 8





Le projet s'inscrit dans une approche territoriale dans la mesure où il a contribué à redonner vie au village de Nisse. La boulangerie fournit des services locaux à la communauté et a eu des incidences économiques positives pour le village.

Le projet illustre l'approche intégrée, car il a coopéré non seulement avec la commune, mais également avec les entités suivantes: des producteurs locaux; le service postal néerlandais; un supermarché; une exploitation agricole sociale; une exploitation fromagère locale. Il a également établi avec succès des liens avec des groupes de randonneurs. L'office de tourisme s'est félicité de l'arrivée de nouveaux services, tels que le salon de thé en plein air situé le long d'une piste cyclable.

Le projet ayant combiné plusieurs sources de financement, il semble économiquement réalisable et viable pour l'avenir. La fondation GORS a indiqué que le retour sur investissement sera réalisé en moins de trois ans.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

La fondation GORS apporte aide et assistance aux personnes handicapées dans bon nombre d'aspects de la vie quotidienne, tels que le logement, les soins, le travail et l'éducation. Elle est basée dans la province de Zélande aux Pays-Bas et apporte un appui aux personnes ayant des besoins spéciaux afin qu'elles puissent s'intégrer et participer à leur environnement social. Le projet de boulangerie Jikkemiene a été développé avec l'aide du programme Leader+ afin de créer des équipements locaux et un lieu de travail social pour les handicapés mentaux de la ville de Goes.

La fondation GORS pensait qu'une boulangerie publique serait le lieu idéal où ces personnes pourraient travailler et collaborer, afin qu'elles aient le sentiment de participer de manière satisfaisante et utile à la vie locale. Il n'était pas possible d'implanter une

boulangerie dans la ville de Goes où résident les personnes handicapées (car une boulangerie subventionnée n'était pas autorisée à entrer en concurrence avec d'autres boulangeries commerciales). La fondation a donc cherché un autre site. La boulangerie a été installée dans le village voisin de Nisse, et un site parfait a été trouvé dans un bâtiment historique. Grâce à Leader+, la fondation GORS a pu acheter le bâtiment et le transformer en boulangerie avec tous les équipements et le matériel nécessaires.

■ 2. Activités principales

La fondation a acheté le bâtiment en octobre 2001, et un agrandissement a été réalisé afin de disposer de suffisamment d'espace pour accueillir la boulangerie, un magasin et un salon de thé en plein air. La décoration et les travaux intérieurs ont été réalisés par un groupe de bénévoles locaux et les personnes ayant des besoins spéciaux. La fondation GORS a vendu le bâtiment à un groupe de construction de logements sociaux qui assure désormais la gestion et l'entretien du bâtiment. Les services de la boulangerie ont été étendus à la vente de toute une gamme de produits d'épicerie et produits locaux en coopération avec un service de supermarché mobile assuré par une camionnette de la société SRV.

La boulangerie Jikkemiene sert également de point de retrait pour des achats plus importants commandés auprès de la société SRV. Les riverains ont demandé que le magasin installe un distributeur automatique de billets et assure la vente de timbres-poste au comptoir.

L'installation du salon de thé a connu un vif succès, particulièrement au cours des mois d'été, car de nombreux visiteurs viennent à Nisse pour le tourisme et les loisirs.

Tous les services et activités de la boulangerie sont gérés par des handicapés mentaux, sous la surveillance indispensable de la fondation GORS.



■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le projet a créé avec succès un lieu de travail pour onze handicapés mentaux, qui sont accompagnés de quatre surveillants à temps partiel dont un habitant du village.

Le projet a exploité le patrimoine culturel en valorisant et en rénovant un bâtiment historique.

Le magasin local valorise les produits locaux en offrant des services locaux, des aliments et de la boisson à la population locale et a redonné vie au petit village.

Le magasin est situé le long d'une piste cyclable qui se prolonge dans la campagne et longe le bord de mer. La boulangerie s'est donc avérée un endroit populaire apprécié par les touristes et les visiteurs. Le projet s'est également engagé dans la création d'un circuit pédestre menant à d'autres projets tels qu'une exploitation fromagère et une exploitation agricole sociale.

La boulangerie a contribué avec succès à un grand nombre d'événements locaux, en fournissant des denrées alimentaires, des boissons et des produits locaux, et en devenant par conséquent un service central pour la communauté locale.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Le projet a produit un grand nombre de résultats positifs, mais quelques difficultés ont été rencontrées en chemin. Les services offerts par la boulangerie ont véritablement amélioré la qualité de vie dans le village; toutefois, il semble qu'elle n'ait pas répondu directement aux besoins de tous les habitants. Certains habitants étaient réticents à utiliser le magasin qu'ils considéraient comme une implantation étrangère au village et ont donc préféré continuer à faire leurs achats dans la ville voisine de Goes. Les services locaux (tels que le distributeur de

billets et la vente de timbres) étaient toutefois insuffisants à Nisse, et les habitants ont donc rapidement fini par connaître et accepter la boulangerie.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Avec l'aide et le soutien de Leader+, le projet a pu trouver plus facilement des partenaires qui l'ont soutenu et stimulé financièrement.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en octobre 2001 et s'est terminé en mars 2002.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 70 336 EUR, dont 28 134 EUR provenant du FEOGA et 42 202 EUR de fonds privés.





Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Midden En Noord Zeeland

Personne à contacter: M^{me} Arjon Copper

Adresse: Postbus 153, 4330 AD Middelburg, Pays-Bas

Tél. (31) 118 63 18 72

E-mail: am.copper@zeeland.nl

Internet: www.leaderplus.nl/Nederlands/gebieden/MNZeeland/index.php

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Stichting het GORS

Personne à contacter: M. van Hekke

Adresse: Dorpsplein 46, 4443 AG Nisse, Pays-Bas

Tél. (31) 06 22 80 68 49

E-mail: mvanhekke@gors.nl, jikkemiene@gors.nl

Internet: www.gors.nl

Photographies mises à disposition par le GAL Midden En Noord Zeeland



PORTUGAL

Centre d'interprétation géologique de Canelas

Contexte du projet

Le GAL Adrimag est situé dans une très belle zone montagneuse reculée, qui possède de solides traditions gastronomiques et artisanales et un riche patrimoine historique et environnemental. C'est un site d'une grande beauté naturelle doté d'un patrimoine culturel considérable, à proximité de la côte.

La région attire les touristes par son paysage varié, composé de forêts, de fleuves et de montagnes. Ses principales activités économiques sont l'agriculture, la sylviculture, la gastronomie et diverses industries artisanales.

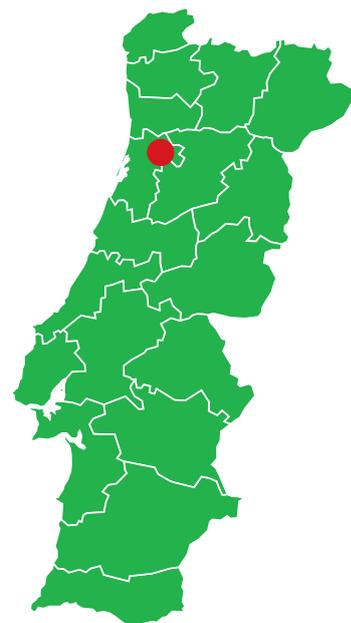
Le GAL Adrimag a de multiples buts et objectifs qui visent spécifiquement à: renforcer la production, développer et diversifier l'activité économique locale, intensifier la protection de l'environnement et améliorer le niveau de vie de toute la région.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet répond directement à l'approche territoriale dans la mesure où il s'appuie sur un atout spécifique de la région, à savoir son patrimoine historique, naturel et culturel. Le secteur est caractérisé par son attrait géologique unique dû à la grande diversité de ses roches et fossiles. Le GAL s'est appuyé sur les divers atouts de la région (par exemple son patrimoine culturel, sa flore et sa faune naturelles, le tourisme, etc.) pour élaborer ce projet réussi. Le projet complète le tourisme existant de la région et valorise ses ressources naturelles en se concentrant sur le géotourisme et l'écotourisme. Cela a redynamisé la région.

La région en chiffres

- Population: 109 048 habitants
- Superficie: 1 455 km²
- Densité de la population: 75 habitants/km²
- Nombre de communes: 7





L'approche ascendante s'est manifestée dans toutes les phases du projet. L'idée du projet vient directement du promoteur, qui a été activement soutenu par le GAL et d'autres acteurs locaux lors de l'élaboration et de la mise en œuvre du projet.

L'approche de partenariat, très présente dans le projet, s'est exprimée à plusieurs niveaux. Ainsi, le GAL a aidé à la mise en œuvre matérielle et financière des activités, la commune d'Arouca a contribué à la réalisation des travaux du centre géologique, et deux universités ont participé au classement des découvertes géologiques et à la publication du livre.

Les principaux aspects novateurs du projet sont les suivants: la promotion, pour la première fois, des ressources naturelles et culturelles de la région; le développement de l'exploitation des découvertes géologiques afin de valoriser le secteur; et la contribution au développement local de la région, en s'appuyant sur des formes innovantes de tourisme (par exemple le géotourisme/l'écotourisme).

Le projet s'inscrit dans une approche intégrée visant à promouvoir le tourisme dans la région. Il intègre des idées telles que la demande d'adhésion au réseau européen des géoparcs, afin de promouvoir le géotourisme, l'écotourisme, le tourisme d'aventure, les événements, etc. On s'attend à ce que l'augmentation du nombre de visiteurs dans la région renforce la visibilité du projet et la possibilité d'un lien avec d'autres actions futures.

La durabilité économique du projet a été vérifiée au stade de la candidature, et son potentiel de durabilité a été estimé élevé. Sa viabilité a également été contrôlée en fonction de différents critères: aspects économiques, environnementaux, culturels et sociaux. Le nombre de personnes ayant déjà visité le centre indique qu'il deviendra financièrement viable. En outre, le promoteur du projet et le GAL ont tous deux

fortement intérêt à poursuivre la création d'un géoparc au centre géologique, ce qui améliorera sa notoriété au niveau international.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le promoteur du projet a participé au projet Leader II et possède une grande expérience en matière de géologie et d'utilisation des combustibles fossiles. Lorsque le programme Leader+ a été lancé, il a pris contact avec le GAL et lui a soumis l'idée d'exploiter une ressource géologique, une mine exploitée dans l'Antiquité datant de l'époque romaine, afin de créer un musée sur le site.

Le promoteur a reçu un avis positif de l'institut géologique de l'université de Porto. Le GAL a assumé un rôle de chef de file et réussi à convaincre le promoteur de concrétiser son idée. Ensemble, ils ont décidé qu'il était préférable de créer un espace «vivant» plutôt qu'un musée, ce qui permettrait aux visiteurs de bénéficier de la présentation d'informations géologiques et de ressources culturelles. Cela offrait la possibilité de lier directement le projet au développement écoculturel du secteur. Le projet s'inscrivait parfaitement dans le cadre de la stratégie locale concernant le développement du tourisme dans la zone rurale.

■ 2. Activités principales

L'activité principale a consisté à construire l'infrastructure nécessaire à la création d'un centre géologique accessible au public.

Deux dépliants ont été conçus, et un livre décrivant les richesses géologiques a été publié.



La municipalité d'Arouca a contribué au projet et s'est investie activement dans son élaboration. L'institut géologique de l'université de Porto et le conseil de recherche scientifique de l'université de Madrid ont participé au classement des découvertes géologiques et paléontologiques publiées dans le livre.

Le centre géologique a ouvert en juin 2006.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le principal résultat du projet a été la création du centre d'interprétation géologique. Nombreux ont été les bénéficiaires du projet, à savoir: les artisans locaux qui exposent et vendent leurs travaux réalisés avec des matériaux géologiques et des pierres en provenance du site; les restaurants et centres d'hébergement locaux, qui profitent de l'augmentation du nombre de visiteurs; le commerce local; les visiteurs eux-mêmes, qui vivent une nouvelle expérience culturelle.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Aucun problème n'a été rencontré au cours de ce projet.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Leader+ a permis au projet de valoriser le développement rural de la région. Le centre géologique possède des salles d'exposition, un auditorium, un espace d'accueil des visiteurs et un centre d'interprétation. Le projet a ainsi fait d'une ressource géologique un centre de tourisme novateur.

Le projet a dépassé les frontières régionales et est maintenant candidat au réseau européen des parcs géologiques. Aucun projet Leader+ dans la région n'avait jusqu'ici évolué aussi rapidement et transformé autant la zone rurale.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en janvier 2006 et s'est terminé à la fin de juillet 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 75 010 EUR, dont 26 260 EUR provenant du FEOGA, 11 250 EUR de fonds publics nationaux et 37 500 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Adrimag

Personne à contacter: João Carlos da Silva Pinho
Adresse: Praça Brandão Vasconcelos, 10,
 P-4540-110 Arouca

Tél. (351) 256 94 03 50

Fax (351) 256 94 03 59

E-mail: adrimag@adrimag.com.pt

Internet: www.adrimag.com.pt

Coordonnées de l'opérateur local

Personne à contacter: Manuel Valério Soares
de Figueiredo
Adresse: Lugar do Campelo — Canelas, P-4540-252 Arouca

Tél. (351) 917 76 61 41

Fax (351) 256 95 57 21

Photographies mises à disposition par le GAL Adrimag





ESPAGNE

Promotion d'accords et de pratiques agricoles durables

Contexte du projet

L'île de Minorque (Baléares) est pratiquement plate et constituée de deux régions distinctes: la Tramuntana au nord, qui a un profil escarpé et un littoral abrupt, et le Migjorn au sud, qui présente un relief de plaines, sillonnées de profonds ravins. Le point le plus élevé, la montagne d'El Toro, culmine à 385 m au centre de l'île. Minorque possède un climat méditerranéen et une température moyenne annuelle de 18 °C. L'île compte huit communes et trois centres urbains.

Les objectifs généraux du programme Leader+ dans la région sont les suivants: encourager les activités agricoles ainsi que la protection de l'environnement, préserver, promouvoir et mettre à profit les caractéristiques du paysage traditionnel et du patrimoine architectural rural et restaurer les monuments archéologiques.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit dans une approche territoriale, car il est axé sur les ressources naturelles de la région qui possèdent d'intéressantes caractéristiques géologiques, écologiques et environnementales. Le projet a pris en compte les besoins de la région (par exemple améliorer la compétitivité des produits agricoles locaux) et a donc aidé les exploitations agricoles à diversifier leurs produits d'une manière écologiquement durable.

La région en chiffres

- Population: 71 524 habitants
- Superficie: 702 km²
- Densité de la population: 102 habitants/km²
- Nombre de communes: 8





Le GAL a joué un rôle important dans le soutien et la promotion du projet. Il a coopéré de façon intensive avec les promoteurs du projet, les administrations publiques, le secteur agricole ainsi qu'avec les écoles locales et les entreprises liées au tourisme.

Le projet est novateur dans la mesure où il a instauré un nouveau dialogue entre les partenaires sociaux. Cela a favorisé l'élaboration d'accords, qui ont contribué à la préservation de l'environnement. D'autres actions innovantes concernent la manière dont le projet a démontré qu'il est possible de développer des activités économiques respectueuses de l'environnement avec un effet multiplicateur, lent mais persistant, sur le renforcement de la sensibilisation environnementale des autres entreprises.

L'approche intégrée est manifeste, car le projet a soutenu de façon directe et indirecte de multiples secteurs, par exemple les secteurs du tourisme et de l'agriculture, à travers des actions d'éducation, en ouvrant un magasin agroalimentaire qui vend des denrées produites selon des pratiques respectueuses de l'environnement et en travaillant avec des autorités locales et des organismes publics.

La durabilité économique et la durabilité environnementale ont été les éléments clés du projet, qui a apporté la preuve qu'il était possible de trouver un bon équilibre entre la protection de l'environnement et la gestion agricole. Le promoteur du projet recherche maintenant un financement externe pour contribuer à garantir sa durabilité. L'enjeu consiste également

à commercialiser efficacement en dehors de Minorque des produits locaux biologiques/de qualité.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le groupe ornithologique et de défense de la nature des Baïles (GOB) a pris conscience depuis de nombreuses années de l'existence d'activités économiques nuisibles pour l'environnement. Le GOB a pour objectif de sensibiliser à la nécessité d'adapter les pratiques agricoles en réponse aux enjeux du marché (demande croissante de produits alimentaires de plus grande qualité), tout en développant également des produits répondant aux normes d'une agriculture durable.

Ces évolutions vers des initiatives plus respectueuses de l'environnement ont été un vecteur important de l'élaboration de la stratégie régionale du GAL. Ce projet est un bon exemple, car il vise à promouvoir des systèmes de gestion agricole qui combinent viabilité économique et préservation de l'environnement.

Le projet vise à conclure des accords entre les exploitations agricoles et le GOB, en vertu desquels les parties prenantes s'engagent à adopter certaines pratiques agricoles. Les accords sont adaptés au profil de chaque exploitation agricole et offrent la possibilité d'inviter d'autres acteurs (par exemple





des établissements publics, des entreprises, etc.) qui soutiennent ces pratiques.

■ 2. Activités principales

Les principales activités du projet ont consisté à élaborer des accords, de sorte que les activités (agricoles) combinent gestion environnementale durable et pratique économique. Les exploitations agricoles/entreprises qui ont participé au projet se sont engagées à intégrer la protection de l'environnement dans leurs processus de production. Cela leur a permis de développer des produits agricoles de haute qualité, particulièrement recherchés pour leurs composantes écologiques.

Les accords peuvent porter sur différentes mesures. Les principales concernent la typologie et la gestion de la récolte, la gestion de l'élevage et la gestion des ressources naturelles. Les mesures sont introduites progressivement dans les exploitations agricoles, et un contrôle est effectué tous les six mois pour s'assurer qu'elles ont été correctement appliquées.

Les différents accords sont communiqués à l'ensemble des exploitants agricoles de l'île de Minorque et indirectement aux entreprises de tourisme qui peuvent tirer profit de la durabilité du paysage agricole.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

La principale réalisation du projet a été le développement et la publication d'un guide qui favorise les accords et les pratiques agricoles durables sur l'île de Minorque. Le guide répertorie 38 mesures offrant des avantages économiques et environnementaux pour l'île.

Le principal résultat du projet réside dans le fait que la promotion des bonnes pratiques agricoles a permis d'élaborer

d'autres projets de plus grande envergure. Par exemple, le contrat agricole pour la protection de la biosphère est un accord passé entre l'administration publique et les entreprises agricoles. Les entreprises agricoles s'engagent à respecter toute une série d'exigences en contrepartie d'un soutien financier octroyé par l'administration publique durant cinq ans. Cela a été bénéfique tant pour l'économie que pour l'environnement de Minorque.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Aucun problème spécifique n'a été rencontré au cours du projet.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La principale valeur du projet réside dans la place prépondérante accordée au secteur agricole, qui concerne une part importante du territoire espagnol. Grâce à Leader+, le projet a encouragé une nouvelle méthode d'accords volontaires permettant d'intégrer pleinement la préservation de l'environnement dans le comportement des exploitations et d'en faire une responsabilité sociale.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en mai 2004 et s'est terminé en novembre 2005.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 24 179 EUR, dont 6 503 EUR provenant du FEOGA, 6 503 EUR de fonds publics nationaux et 11 173 EUR de fonds privés.



Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Associació Leader+
Illa de Menorca

Personne à contacter: Bosco Gomila Barber
Adresse: Pl. de Biosfera, 5. Urbanizacion de Malbúger
E-07702 Maó, Menorca, Illes Balears

Tél. (34) 971 35 56 60
Fax (34) 971 36 82 16

E-mail: leader.menorca@cime.es
Internet: www.leadermenorca.org

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation:
Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa.
GOB Menorca

Personne à contacter: Núria Llabrés
Adresse: Camí des Castell 53, E- 07702 Maó, Menorca,
Illes Balears

Tél. (34) 971 35 07 62
Fax (34) 971 35 18 65

E-mail: info@gobmenorca.com
Internet: www.gobmenorca.com

Photographies mises à disposition par le GAL GOB Menorca





ESPAGNE

Musée territorial prépyrénéen

Contexte du projet

Sur le plan physique, les contreforts pyrénéens ont un relief qui est pratiquement identique à celui de l'ensemble de la chaîne pyrénéenne et à celui d'autres contreforts de grandes chaînes de montagne d'Europe. Sur le plan géologique, ces caractéristiques physiques confèrent une grande richesse à la flore et à la faune et font de ces piedmonts des zones naturelles de grand intérêt. Cette richesse du paysage contraste toutefois avec des zones rurales à l'abandon et les graves problèmes environnementaux occasionnés par les activités humaines: agriculture (érosion des sols, incendies, disparition des arbres et des haies); élevage (déversements de polluants, bâtiments inadaptés); sylviculture (reboisement par des conifères, coupe à blanc, multiplication des routes, incendies); industrie (déversements de polluants, pollution atmosphérique, carrières, non-respect des normes); tourisme (ouverture au public de zones protégées, construction de résidences secondaires sans discernement); travaux publics (réseaux hydrographiques perturbés), etc.

L'économie est fortement liée à l'agriculture de montagne, l'élevage étant également très présent. Ces dernières années, le secteur tertiaire s'est développé, offrant de nombreuses possibilités de développer des activités fortement innovantes à travers tout un éventail d'entreprises (par exemple le patrimoine, les nouvelles technologies, le tourisme, etc.).

La stratégie de développement du GAL Adesnar Prepirineo poursuit les objectifs généraux suivants: soutenir un processus de développement intégré de caractère novateur et transférable, favorisant la régénération de diverses zones rurales; créer de nouveaux revenus et de la richesse; développer et

La région en chiffres

- Population: 21 245 habitants
- Superficie: 3 151 km²
- Densité de la population: 7 habitants/km²
- Nombre de communes: 54





maintenir des activités tout en améliorant la qualité de vie de la population.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale a été un élément important du projet, les caractéristiques locales ayant été prises en compte dans sa conception et son élaboration. Le projet a transformé certaines des faiblesses de la région (géographie montagneuse, dépeuplement, dépendance vis-à-vis de l'agriculture, disparition des services, etc.) en atouts (son riche patrimoine naturel et culturel), afin d'acquérir de l'expérience et d'encourager le développement dans la région.

L'approche ascendante est manifeste, car la méthodologie repose sur une approche participative, avec tous les acteurs locaux chargés de l'élaboration du projet. Pendant la mise en œuvre du projet, diverses activités organisées par le musée territorial ont fait l'objet d'une campagne promotionnelle à l'intention de la population locale.

La création du musée territorial est en soi une idée novatrice, car aucune initiative dans la région n'avait jusqu'ici combiné le patrimoine culturel existant et la gestion durable. Un grand nombre des activités menées par le musée ont un caractère novateur, telles que la restauration d'un patrimoine remarquable.

L'approche intégrée s'est traduite par la combinaison de la gestion du patrimoine avec le développement du tourisme et de la région. Le projet s'inscrit dans une stratégie intégrée et sensibilise le public au patrimoine et aux produits locaux de l'Aragon.

Le GAL a adopté une approche active pour assurer la durabilité du musée régional grâce à la participation financière de partenaires. Cela comprend une contribution financière provenant

essentiellement des syndicats, de l'Église, des pouvoirs publics régionaux et des coopératives rurales. Cette coopération intensive des acteurs clés locaux est un signe positif, qui contribue à garantir les résultats du projet.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

L'idée originale du projet remonte à 1994, lorsqu'une consultation publique a permis de montrer qu'une stratégie cohérente était nécessaire pour promouvoir le patrimoine culturel de la région. Il a été suggéré d'exploiter ce patrimoine culturel à travers de nouvelles activités pour en faire une source d'emploi et de développement et pour revaloriser également la région.

Après avoir étudié diverses possibilités de développement, il a été décidé de créer un projet dynamique et durable axé sur un écomusée. Ainsi est né le projet Terra, dont l'objectif général est la promotion d'une «gestion créative du patrimoine culturel». Cela comprend: la planification du mode de gestion de ce patrimoine; la structuration des ressources; l'interprétation et la transformation des activités afin qu'elles contribuent au développement régional et revalorisent la région.

Les principaux objectifs du projet sont les suivants: encourager la coopération entre les territoires et créer une attitude positive en matière de gestion du patrimoine; gérer le patrimoine comme source principale d'identité régionale; promouvoir le patrimoine, afin qu'il remplisse une fonction multiple (développement social, création d'emplois, croissance économique et développement durable); transformer le patrimoine de sorte que de l'argent soit réinvesti pour assurer sa préservation et sa restauration.





■ 2. Activités principales

L'activité principale du projet est la création de l'écomusée, à travers lequel un éventail d'activités et de sous-projets sont organisés. La première action prioritaire a consisté à créer un site internet du projet (www.territoriumuseo.net). Le projet a développé l'utilisation des nouvelles technologies afin de relier divers projets relatifs à la valorisation du patrimoine culturel. Une collaboration s'est établie avec la communauté scientifique et d'autres institutions régionales pour mettre en place de nouvelles activités à travers le musée territorial.

Dans le cadre du projet, un grand nombre d'événements et de foires ont été organisés (comme la foire aux alternatives rurales), qui ont clairement contribué à promouvoir l'identité et le développement socio-économique de la région.

D'autres ateliers et événements divers ont eu lieu sur des thèmes comme celui de la gastronomie et de la gestion du patrimoine naturel, etc. Le projet a organisé des festivals, qui ont servi de modèle pour gérer et faire connaître le patrimoine monumental et dont la réputation de variété et de qualité gagne toute l'Espagne.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Les principaux résultats du projet sont les suivants:

- création de cinq à six nouveaux emplois pour gérer et coordonner le musée territorial et ses activités;
- plus forte sensibilisation au patrimoine culturel de la région et reconnaissance des besoins régionaux en matière de développement durable;
- nouvelle sensibilisation à la richesse culturelle de la région;

- meilleure qualité des produits culturels et du tourisme pour les visiteurs et la population locale (par exemple excursions guidées, ateliers dans les écoles, visites nocturnes, visites à la carte);
- augmentation du nombre des visiteurs dans la région.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

L'une des préoccupations constantes du projet est la difficulté de maintenir une qualité minimale des nouveaux services, afin de soutenir financièrement la structure de gestion du musée et de s'engager dans de nouvelles activités qui renforcent le musée territorial. Pour surmonter cette difficulté, les acteurs participant à la gestion du musée cherchent à impliquer des organismes publics dans l'apport du soutien financier nécessaire.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

La principale valeur du projet réside dans le fait que Leader+ a offert aux communautés locales un lien plus étroit avec leur identité régionale. Il a favorisé directement les possibilités de développement local et régional, à travers des événements et des activités axés sur le patrimoine culturel, qui ont eu un effet d'entraînement sur d'autres secteurs tels que le marché du tourisme.

Leader+ a permis au projet d'offrir des possibilités de coopération avec des régions voisines et a diffusé ses résultats auprès d'autres pays.

Le musée territorial est un bon exemple de gestion créative du patrimoine culturel. Il a tiré profit des ressources culturelles de



la région afin d'encourager le tourisme et le développement régional.

■ 6. Durée

Le projet a démarré à la fin de juillet 2002 et s'est terminé en novembre 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 302 440 EUR, dont 152 230 EUR provenant du FEOGA et 150 210 EUR de fonds publics nationaux.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL:

Federación de Asociaciones para el Desarrollo del Prepirineo Navarro-Aragonés (Adesnar Prepirineo)

Personne à contacter: Eva Jimeno Balerdi

Personne à contacter pour le projet: Julio Conde

Adresse: Avda. Marcelo Celayeta, 75, nave AA3, Oficina 36, E-31014 Pamplona/Iruna (Navarra)

Tél. (34) 948 20 66 97

Fax (34) 948 21 10 51

E-mail: info@cederna.es

Internet: www.territoriomuseo.net

Photographies mises à disposition par le GAL Adesnar Prepirineo





SUÈDE

Wision Ramkvilla

Contexte du projet

Le GAL Smålandsgruppen est situé dans la moitié méridionale de la Suède où la sylviculture et les industries de la filière bois constituent les activités traditionnelles de la région. L'industrie du cristal de Småland est réputée depuis de nombreuses années, et, plus récemment, l'industrie de l'aluminium s'est développée. Le GAL s'est concentré sur l'application d'une conception moderne à ces produits, afin d'accroître la valeur des produits locaux dans la région.

Le principal objectif du GAL est de créer un renouvellement complet et durable de sa zone rurale. Il convient de développer davantage les réseaux et groupements renforçant la collaboration entre les entreprises, les villes et la campagne. Le GAL est également axé sur d'autres thèmes, notamment: influencer les jeunes de la région; sensibiliser à l'attrait du milieu local et du marché du logement; renforcer l'esprit d'entreprise et le développement de compétences au sein de groupes et produire des projets innovants pour la région. Les projets associés au bois, à l'aluminium, au cristal et au design sont également des priorités essentielles.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

L'approche territoriale est au cœur du projet, car l'initiative a été entièrement conçue pour développer le village de Ramkvilla et améliorer les ressources et services accessibles à la population locale et aux touristes. Le développement de nouveaux moyens d'hébergement, de restaurants, d'activités, d'entreprises, etc., dont le marketing est assuré par un centre d'information touristique performant, a fortement contribué à l'attrait de la région.

La région en chiffres

- **Population: 88 000 habitants**
- **Superficie: 7 977 km²**
- **Densité de la population: 11 habitants/km²**
- **Nombre de communes: 8**





L'approche ascendante a été un autre aspect important du projet. 130 personnes de la commune de Ramkvilla se sont investies dans différents groupes de projet. Sur 32 groupes, 29 ont atteint leurs objectifs. Presque tout le village a participé à une étape ou une autre du projet, que ce soit pour planifier, élaborer ou mettre en œuvre une activité, ce qui contribue à garantir la pérennité à long terme du travail.

Les programmes de développement du village de Ramkvilla ont été novateurs. Des activités et services, nouveaux et intéressants, ont suscité l'intérêt pour le village et ont également attiré des jeunes, qui ont parfois tendance à se déplacer vers des régions plus urbaines.

Le travail en réseau des petites entreprises, des associations, de la population locale, des autorités locales et d'autres communes a joué un rôle important dans le projet. La coopération entre les petites entreprises a été cruciale pour la survie du village. Le conseil municipal a également coopéré avec un village en Lituanie.

La manière dont le projet a été organisé et les méthodes employées pour s'attacher la participation d'autant d'habitants ont suscité un vif intérêt dans un grand nombre d'autres villages en Suède et à l'étranger. Ramkvilla a par conséquent accueilli un grand nombre de villages d'étude et a incité d'autres villages à développer des travaux similaires.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le village de Ramkvilla a connu un déclin démographique pendant de nombreuses années. Il existe cependant dans le village de multiples opportunités entrepreneuriales qui pourraient être mises à profit pour un développement positif. L'importance a été soulignée de disposer d'un bon climat économique et d'un

marketing efficace du village, pour montrer ce qu'il est en mesure d'offrir afin d'attirer de nouvelles entreprises au village.

La commune de Ramkvilla compte près de 450 habitants. La nécessité d'un développement plus positif a été discutée au conseil municipal, et cela a débouché sur la présentation d'un projet au groupe Leader+ Smålandsgruppen. Les principaux objectifs du projet étaient les suivants: augmenter le taux d'emploi à Ramkvilla; accroître la population de Ramkvilla; développer de nouvelles idées et activités au sein du village; étudier les possibilités de création d'une pension de famille/d'un centre de conférences; développer un produit national lié au village; élaborer un système de commercialisation des maisons à vendre et à louer dans le secteur; et étudier les conditions d'établissement d'une série d'entreprises artisanales traditionnelles focalisées sur le bois dur et le verre. Les autres aspects du plan de développement concernaient l'amélioration de l'école locale, le développement de conditions favorables au tourisme, la sensibilisation à l'importance de la vie culturelle au village et l'amélioration des services de technologies de l'information (TI) dans le village.

Selon le plan, le projet impliquerait entre 70 et 100 personnes au village et améliorerait les conditions pour au moins 500 habitants et touristes.

■ 2. Activités principales

Les principales activités du projet étaient axées sur l'amélioration des conditions de vie et de travail ainsi que des services à Ramkvilla. La méthode utilisée dans le projet reposait sur trois phases principales (avec chacune un coordonnateur de projet compétent pour aider à l'élaboration du projet). Lors de la première phase, il importait d'être à l'écoute de la population locale et d'interroger les habitants sur leurs attentes en matière de développement au village. Des réunions assorties





de sessions de *brainstorming* ont été organisées afin de recenser et de présenter différentes idées et propositions.

La deuxième phase était axée sur la mise en réseau et l'exploitation des idées énoncées, en les formulant sous forme de propositions valables, ainsi que sur l'organisation du démarrage des 32 groupes de travail.

La phase finale était consacrée à la commercialisation et à la vente des produits nouvellement développés.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le projet a produit tout un éventail de résultats positifs. Parmi les nombreux succès du projet figurent :

- la création en 2003 à Ramkvilla du Smålands Crosscart Club, une association responsable de l'exploitation de la piste de karting tout terrain;
- une exploitation de fraises a été créée en 2003 et est gérée par huit familles;
- une nouvelle station-service a été ouverte au printemps 2004;
- une salle de conférence, précédemment utilisée par les associations locales, a été mise à la disposition du public;
- un syndicat d'initiative a vu le jour grâce au projet, ainsi qu'une boutique vendant des produits artisanaux et artistiques locaux;
- un nouvel hôtel géré par trois familles a ouvert en 2003 et a créé trois nouveaux emplois. L'hôtel compte 15 chambres et accueille près de 1 000 personnes par an;
- la station thermale de Ramkvilla a ouvert et est exploitée par un physiothérapeute diplômé et cinq employés à temps partiel;
- la mine d'ardoise de Hörnebo a été ouverte au public en 2003;
- le projet a conçu un site internet sur le village (www.ramkvillasp.com), qui fournit des informations locales sur le tourisme, les entreprises, les événements, etc.;

- une manifestation a été créée en 2005 qui coordonne les activités de la région de Ramkvilla en matière de tourisme et de conférences;
- une nouvelle entreprise spécialisée dans les activités de plein air a été créée;
- un nouveau terrain de golf intégrant un camping et un petit magasin a été créé en 2005;
- une nouvelle entreprise et des services informatiques nouveaux ont été créés;
- le magasin local, qui avait précédemment failli fermer, prospère maintenant et emploie quatre personnes;
- le projet a organisé une partie des contrats d'électricité de clients, ce qui a permis au village de réaliser une économie d'environ 110 000 EUR sur quatre ans;
- il est prévu de construire d'autres maisons dans le village et une maison de retraite.

Un grand nombre d'autres activités et résultats sont à mettre au compte du projet, notamment l'amélioration de l'infrastructure (routes, site internet, signalétique) et de nouveaux produits de marketing du village (bulletins d'information, souvenirs, etc.).

Le développement d'une coopérative (Ramkvilla företagsutveckling ek för), qui a été fondée en 2000 et dont chacun des 70 membres qu'elle comptait à cette date a versé une contribution de 45 EUR, a joué un rôle capital dans l'évolution du village. La coopérative a participé à l'installation de bon nombre des nouvelles entreprises du village.

Le conseil municipal estime que le projet a créé 11 nouvelles entreprises, y compris 10 nouveaux emplois, et qu'il a également permis de maintenir 4 emplois à temps plein d'entreprises existantes. Bon nombre des nouveaux emplois sont des emplois à temps partiel et, au total, on estime que 30 personnes auront bénéficié d'un emploi à temps plein/partiel grâce au projet. Il n'y a actuellement aucun chômage dans le village et les entreprises cherchent toujours à recruter.



■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Le village de Ramkvilla a été revitalisé et est maintenant un village prospère, ce qui peut avoir suscité une certaine jalousie de la part des villages voisins. Afin d'entretenir de bonnes relations, le conseil municipal a invité les villages voisins à des manifestations, notamment une compétition d'aviron suivie d'un pique-nique et d'une soirée. Cette opération a été renouvelée chaque année et a connu un grand succès, tout en améliorant également les relations avec d'autres régions.

Un autre problème vient du fait que les chefs d'entreprise ne comprennent pas tous la nécessité d'une coopération entre les petites entreprises du village. Cette coopération est essentielle pour la survie du village; des déjeuners ont donc été organisés avec les petites entreprises afin de discuter des possibilités de coopération.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

L'approche Leader+ a été un atout précieux pour le projet. L'approche ascendante est manifeste, car la plupart des habitants du village ont participé à la planification et à la réalisation d'activités pour le projet. Le partenariat a été fort au niveau local, avec un travail en réseau et une coopération réussie entre le conseil municipal, les associations, les communautés et les entreprises.

Le projet a remporté le prix «Projet Leader de l'année 2003», décerné par le réseau Leader+ suédois.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en octobre 2001 et s'est terminé en juin 2004.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 221 120 EUR, dont 46 848 EUR provenant du FEOGA, 65 772 EUR de fonds publics nationaux et 108 500 EUR de fonds privés.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Smålandsgruppen

Personne à contacter: Ewa Engdahl

Adresse: Storgatan 21, S-579 30 Högsby

Tél. (46-491) 201 20

Fax (46-491) 203 70

E-mail: smalandsgruppen@hogsby.se

Internet: www.smalandsgruppen.se

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Ramkvilla Sockenråd

Personne à contacter: Klas Håkansson

Adresse: Nygard, S-574 74 Ramkvilla

Tél. (46-474) 600 95

E-mail: klas.hakansson@ramkvilla.com

Internet: www.ramkvilla.com

Photographies mises à disposition par le GAL Smålandsgruppen





SUÈDE

Agneau de pré-salé — Conquérir le marché avec des produits locaux de qualité

Contexte du projet

Le GAL Carpe Mare est situé sur la côte ouest de la Suède, une région magnifique comportant de nombreuses petites îles le long de la côte (archipel). L'industrie de la pêche a joué un rôle important pendant de nombreuses années. Toutefois, elle a récemment reculé ou évolué dans bon nombre de communautés de l'archipel. L'importance de l'eau comme mode de transport a également diminué. L'archipel est maintenant davantage tourné vers les activités de loisirs et de plein air ciblées par le GAL Carpe Mare.

Le thème principal du GAL Carpe Mare est le développement de nouvelles technologies et de nouvelles méthodes dans les industries traditionnelles. D'importants efforts ont été consentis pour améliorer la propreté de la mer, préserver sa diversité biologique et promouvoir un développement écologique durable. Le GAL a également pour priorité la création de nouveaux emplois dans la région.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le projet s'inscrit directement dans une approche territoriale, car la zone côtière de l'archipel de Suède occidentale souffre d'un développement excessif de la végétation qui a détruit les paysages ouverts et pesé sur le nombre de touristes. Les résultats de ce projet ont été très importants pour le secteur côtier dans son ensemble. Les moutons peuvent boire de l'eau salée, ce qui les rend propres à l'élevage sur les îles; l'eau salée donne également à leur viande un goût spécial, qui a été mis en avant dans la commercialisation de cette viande locale.

La région en chiffres

- Population: 37 000 habitants
- Superficie: —
- Densité de la population: —
- Nombre de communes: 6





Le projet a été très novateur. La coopération entre une petite association et les autorités pour trouver une solution d'abattage appropriée était très innovante (en permettant l'utilisation sur l'île d'équipements d'abattage mobiles). Le fait que les moutons boivent de l'eau salée, donnant ainsi à la viande une saveur salée unique, a eu un impact positif sur la commercialisation de la viande.

Le projet a mis en place une forme unique de coopération entre les éleveurs locaux de moutons sur les îles, qui n'aurait jamais vu le jour sans ce projet. Le projet a également eu pour conséquence des liens positifs de coopération avec la Norvège, l'Écosse et la Suède méridionale lors de visites d'information.

Le projet constitue un bon exemple pour d'autres régions rurales dans lesquelles un abattage local à petite échelle est nécessaire.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Des animaux paissent depuis de nombreuses années sur les îles de l'archipel méridional de Göteborg. Mais les derniers troupeaux de bovins ont quitté les îles au cours des années 50, et la végétation a commencé à repousser, ce qui a eu un effet négatif sur la biodiversité de la zone. La végétation et les buissons ont poussé sur l'île hors de tout contrôle, réduisant ainsi la valeur du paysage et décourageant le tourisme.

En 2002, Marianne Gustavsson et sa famille ont créé une association avec deux autres familles propriétaires de moutons. Ces familles possédaient en tout 30 moutons et se partageaient le travail et les soins quotidiens aux animaux à mesure que le

troupeau se développait. Les pâturages pour les moutons étaient loués sur les prés des îles. Les familles abattaient les animaux pour leur propre consommation mais, avec l'accroissement du cheptel, elles décidèrent de vendre des produits locaux sur le marché. Il n'y avait pas de petits abattoirs à proximité des îles, ce qui créait des problèmes de livraison des animaux. Un petit abattoir local se révélait par conséquent indispensable.

■ 2. Activités principales

Les principaux objectifs du projet étaient les suivants: analyser les possibilités en matière d'installations d'abattage pour les petits élevages familiaux de l'archipel; conserver les anciens pacages sur l'île, afin de maintenir la biodiversité des prés salés (qui sont des pâturages uniques sur les îles); lancer la marque déposée «Saltängslamm» (agneau de pré-salé) comme label de qualité qui garantit que la viande provient d'animaux élevés dans un bon environnement et nourris avec l'herbe de bonne qualité des prés salés.

Un autre objectif du projet consistait à laisser les agneaux et moutons pâturer librement sur les petites îles, afin de maintenir la valeur des paysages culturels et ruraux. Le projet a également cherché à entamer une coopération avec d'autres petites associations qui gèrent un petit nombre de moutons dans des zones côtières. Enfin, le projet souhaitait coopérer avec les autorités locales pour contribuer à l'élaboration d'une solution concernant de petites installations d'abattage.

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Afin de préserver les activités d'abattage à petite échelle, l'association Halsviks Fårägarförening devait entrer en contact et





commencer à travailler avec d'autres associations. Elles sont parvenues à entamer une coopération avec des propriétaires de moutons sur six autres îles du secteur. Ensemble, ils ont visité d'autres petits abattoirs en Suède, en Écosse et en Norvège.

Le projet a organisé des formations spécifiques sur l'élevage ovin et les questions vétérinaires ainsi que des cours d'hygiène spécialisés dans la production alimentaire.

Enfin, le projet est parvenu à mettre en place une nouvelle association appelée «Skärgårdsslakteriet» (l'abattoir de l'archipel), qui traite la production à petite échelle. Le projet a reçu de nombreux appuis du gouvernement régional, qui ont débouché sur la location de cinq abattoirs militaires — mobiles et désaffectés — du ministère de la défense. L'association loue les abattoirs mobiles directement auprès de l'autorité agricole, et ils ont été installés sur l'île de Styrö pour les exploitants agricoles.

Les autres résultats positifs du projet sont les suivants:

- il est maintenant plus facile pour les autres familles et petits exploitants d'avoir leurs propres moutons;
- le projet a organisé des barbecues et des événements locaux en utilisant de la viande produite localement;
- la peau des moutons produits localement est revendue;
- davantage de visiteurs peuvent atteindre des parties de l'île qui étaient précédemment inaccessibles en raison de la prolifération de la végétation; cela a également amélioré l'aspect de l'île et l'a rendue plus attrayante pour les habitants et les touristes;
- le projet a également fait une demande de prolongation jusqu'à la fin de 2007.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Plusieurs obstacles ont dû être surmontés au cours du projet. Par exemple, un grand nombre d'autorités différentes sont intervenues dans le processus d'autorisation et d'enregistrement d'un petit abattoir sur l'île. En janvier 2006, la Commission européenne a fixé de nouvelles règles en matière d'hygiène alimentaire, dont la transposition en Suède a pris du temps, et qui ont retardé les démarches auprès des autorités.

Il y a eu également des difficultés de transport des moutons entre les îles, lorsqu'ils devaient être transférés vers de nouveaux pâturages. Toutefois, le plus grand problème a été de trouver un abattoir approprié. Mais, grâce à l'excellente coopération avec

l'antenne régionale de l'autorité agricole, une solution novatrice a été trouvée.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le projet a une valeur particulière, dans la mesure où une famille locale a lancé le projet afin d'obtenir un petit abattoir dans son secteur. Il est essentiel que la population locale gagne sa vie avec des entreprises rentables, de façon à pouvoir continuer de vivre sur les îles. Leader+ a permis à Marianne Gustavsson et à d'autres petits éleveurs ovins de soigner correctement leurs moutons, de maintenir le patrimoine des prés salés et de rentabiliser leur élevage.

■ 6. Durée

Le projet a débuté en mars 2005 et s'est terminé à la fin de décembre 2006.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 94 216 EUR, dont 19 048 EUR provenant du FEOGA, 28 501 EUR de fonds publics nationaux et 46 667 EUR de fonds privés.



Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Leader+ Carpe Mare

Personne à contacter: Ingemar Rosén
Adresse: S-403 40 Göteborg

Tél. (46-31) 60 50 98

E-mail: info@carpemare.nu
Internet: www.carpemare.nu

Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Halsviks Fårägarförening

Personne à contacter: Marianne Gustavsson
Adresse: Halsviksvägen 61, S-43084 Styrso

Tél. (46-70) 562 70 30

E-mail: [saltangslamm@telia.com](mailto:slangslamm@telia.com)
Internet: www.carpemare.nu

Photographies mises à disposition par le GAL Leader+ Carpe Mare





ROYAUME-UNI

À la découverte du réseau des églises ouvertes

Contexte du projet

Le GAL Northern Marches Cymru couvre la région rurale du comté de Wrexham au nord-est du pays de Galles. La région compte trois secteurs distincts — l'agriculture d'altitude; les zones périurbaines; les basses terres et l'élevage ovin — et entoure la ville de Wrexham. La région est très proche de trois grandes villes: Chester, Manchester et Liverpool.

La région est très diversifiée et compte des communautés agricoles isolées, de grandes agglomérations et un secteur manufacturier important. Les revenus varient, et des zones prospères peuvent masquer des poches de pauvreté et d'isolement.

Le principal objectif du GAL est de développer la capacité des communautés rurales de Wrexham à régénérer leur vitalité environnementale, culturelle, économique et sociale.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

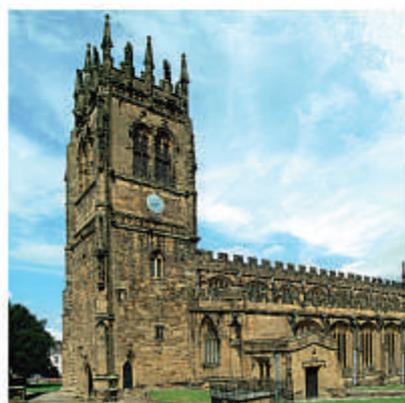
Le projet s'inscrit clairement dans une approche territoriale dans la mesure où il est axé sur les besoins locaux de la région Leader+. Les communautés locales implantées autour des seize églises ont développé un sentiment profond d'appartenance et de fierté à l'égard de leurs églises et de leur région. Le parcours touristique permet aux visiteurs d'atteindre des zones rurales qu'ils ne visiteraient pas autrement, ce dont profitent également d'autres fournisseurs de services locaux dans les zones rurales.

L'approche ascendante s'est traduite par la prise de décisions majeures au niveau local. Toutes les activités du projet ont dû obtenir l'autorisation des conseils paroissiaux composés de bénévoles de l'église et de membres de la communauté locale.

La région en chiffres

- Population: 28 180 habitants
- Superficie: 424 km²
- Densité de la population: 101 habitants/km²
- Nombre de communes: —





financement ruraux de la région (article 33 précité et action en faveur des communautés rurales) est parvenu à inciter les touristes à se rendre dans la région en faisant en sorte que seize églises travaillent ensemble et forment le «réseau des églises ouvertes».

■ 2. Activités principales

Les trois partenaires du projet ont mis leurs ressources en commun pour soutenir et développer tout un éventail d'activités visant à promouvoir ce réseau.

Des bénévoles locaux ont été recrutés pour que les églises puissent ouvrir leurs portes au public un plus grand nombre d'heures et pour permettre aux touristes de les visiter librement.

Au cours de l'été 2006, un parcours de découverte a relié les églises et est devenu un parcours touristique officiel dans la région de Wrexham. Un dépliant complet en couleurs a été publié pour illustrer le parcours et permettre ainsi aux visiteurs de planifier leur voyage dans la région tout en découvrant l'histoire, la religion et l'architecture de la région. Le dépliant comprend également des informations pratiques (heures d'ouverture, contacts, équipements, etc.) et présente d'autres centres d'intérêt des zones rurales.

Le projet a ciblé les voyageurs et a fait paraître des annonces dans des publications spécialisées pour attirer un nouveau public. Une marque commune a été développée, et toutes les églises ont sélectionné un logo et de la littérature pour le pack visiteur et ont produit un matériel commun pour promouvoir le réseau (nouveaux bancs, souvenirs, panneaux indiquant l'accueil et les heures d'ouverture, panneaux multilingues, éléments dignes d'intérêt, etc.).

Les églises sont devenues plus attrayantes et plus conviviales pour les visiteurs et groupes de touristes. La communication a également été assurée par un bulletin d'information trimestriel sur le «réseau des églises ouvertes», et les manifestations sociales pour les groupes de la communauté ont été encouragées (comme des visites éducatives pour les groupes scolaires).

■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le projet a induit une augmentation impressionnante de 62,5 % du nombre de visiteurs entre 2004 et 2005. Le réseau est parvenu à créer des liens avec d'autres événements du comté, comme le festival d'arts et les week-ends du patrimoine européen, qui ont produit des revenus supplémentaires pour chaque église. L'achat conjoint de nouveaux produits et l'apposition d'une marque commune sur ces derniers ont également permis aux églises de bénéficier de revenus supplémentaires.



Le projet a incité tout un éventail de groupes, de touristes, d'écoles et d'entreprises de la communauté à visiter les églises et à découvrir le patrimoine culturel. D'autres fournisseurs de services locaux ont également tiré bénéfice de l'augmentation du nombre de visiteurs dans les zones rurales.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Les églises ont de tout temps éprouvé des difficultés à collaborer et sont ancrées dans leurs pratiques individuelles. Le fait d'obtenir la participation de toutes les églises et de faire en sorte qu'elles travaillent en harmonie a donc constitué un défi. Le GAL a veillé à ce qu'une aide, des conseils et un appui suffisants soient apportés à chaque église pour favoriser une large participation au projet et un engagement complet vis-à-vis de ce dernier.

Auparavant, l'enregistrement du nombre de visiteurs de chaque église était laissé au hasard, car l'on savait que les visiteurs ne signaient pas tous le livre d'or. Le projet a doté toutes les églises d'un présentoir spécifiquement conçu pour mettre en valeur le matériel promotionnel du réseau. Ce présentoir contient également le livre d'or placé bien en évidence et les visiteurs sont invités à le signer pour le bien de celui-ci.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

C'est la première fois que les églises de la zone rurale de Wrexham ont collaboré, échangé leurs expériences et recouru à des économies d'échelle pour offrir aux visiteurs une expérience de qualité.

Le projet a montré que les églises sont un lieu idéal pour célébrer le patrimoine et la culture de la région. Le projet a illustré le principe Leader+ de renforcement des liens communautaires, de travail en partenariat et de partage de bonnes pratiques entre les seize églises participantes. Il a clairement assuré la promotion de la culture et de l'histoire régionales auprès de communautés, de milieux et de catégories d'âge différents.





À la découverte du réseau des églises ouvertes

■ 6. Durée

Le projet a démarré en juillet 2004 et s'est terminé en décembre 2007.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 228 559 EUR, dont 194 276 EUR provenant du FEOGA et 34 283 EUR de fonds publics nationaux.

Coordonnées du GAL

Nom du GAL: Northern Marches Cymru

Personne à contacter: Karen Harris

Adresse: Bersha Enterprise Park, Plas Grono Road,
Rhostyllen, LL14 4EG, Wrexham, Royaume-Uni

Tél. (44-1978) 29 83 83

Fax (44-1978) 36 57 43

E-mail: Karen.harris@wrexham.gov.uk

Internet: www.wrexham.gov.uk/nmc

Photographies mises à disposition par le GAL Northern Marches Cymru





ROYAUME-UNI

Les femmes dans l'entreprise

Contexte du projet

La région Leader+ North Antrim est constituée des quatre circonscriptions de Ballymena, de Ballymoney, de Larne et de Moyle. Il s'agit essentiellement d'une zone rurale marquée par la prédominance de l'élevage ovin au nord-est et du cheptel laitier au sud et à l'ouest. Le paysage côtier est spectaculaire, avec, en toile de fond, des collines et des vallées fluviales.

L'objectif général du GAL est de maximiser la contribution à l'économie rurale des petites entreprises, y compris des exploitations agricoles, sur les plans de l'économie et de l'emploi.

En quoi ce projet constitue-t-il une bonne pratique?

Le programme a été très novateur puisqu'il a permis la création de nouveaux débouchés. Il a regroupé avec succès des femmes entrepreneurs et les a encouragées à partager expériences et conseils commerciaux. Le développement des entreprises des participantes a créé de nouvelles possibilités et conféré au projet tout un ensemble d'aspects innovants.

L'approche ascendante a été un élément fort du projet, car les participantes ont participé à l'élaboration du programme de formation en fonction de leurs besoins individuels.

Les possibilités de travail en réseau et de coopération ont représenté une part essentielle du projet et ont été bénéfiques à chacun. Le fait que les participantes partagent les problèmes, menaces, bonnes pratiques et conseils a permis de renforcer la confiance des individus. Grâce au processus de jumelage entre l'Irlande du Nord et l'île de Wight, les participantes ont

La région en chiffres

- Population: 76 000 habitants
- Superficie: 1 841 km²
- Densité de la population: 42 habitants/km²
- Nombre de communes: 4





pu recueillir de leurs «jumelles» des informations d'une valeur inestimable et partager des expériences.

L'objectif premier du projet était d'améliorer les entreprises locales dirigées par des femmes et de contribuer ainsi à leur durabilité. D'autres plans sont en place en vue d'un programme de suivi similaire.

Description du projet

■ 1. Bref historique du projet

Le projet a été lancé à l'origine par deux GAL britanniques participants: les GAL Leader North Antrim et île de Wight. Les femmes constituent un groupe prioritaire dans la stratégie de ces deux GAL. Aussi les deux groupes ont-ils cherché un mécanisme de prestation susceptible de favoriser l'esprit d'entreprise chez les femmes. Cela a mené au partenariat entre Ballymena Business Centre Ltd et Isle of Wight Enterprise Agency.

Le projet a été largement accepté grâce à une étude indiquant que peu de femmes créent leur propre entreprise et développent des entreprises au Royaume-Uni. Cela a débouché sur l'élaboration du programme «Les femmes dans l'entreprise» auquel ont coopéré sept femmes entrepreneurs d'Irlande du Nord et de l'île de Wight.

■ 2. Activités principales

Le projet comportait cinq phases principales: 1) analyse détaillée des besoins en formation et examen de l'entreprise; 2) ateliers de formation axés sur le travail en réseau, la stratégie commerciale, le marketing et les finances; 3) visite d'échange de bonnes

pratiques sur l'île de Wight; 4) visite de retour en Irlande du Nord; 5) atelier de mise en réseau des parrains.

Lors du premier atelier, en octobre 2005, du temps a été consacré à faire connaissance (car c'était la première fois que les participantes se rencontraient) et à découvrir le programme. Lors de la visite d'échange de bonnes pratiques sur l'île de Wight (novembre 2005), chaque participante a été présentée à une partenaire de l'autre GAL en vue d'un apprentissage mutuel de bonnes pratiques. La visite a eu lieu un week-end et a été accompagnée d'un grand nombre d'autres activités de groupe.

Au cours des ateliers de formation (novembre 2005-février 2006), les participantes ont étudié et traité un certain nombre de questions, parmi lesquelles: les stratégies de développement d'entreprise; l'analyse FFPM (forces/faiblesses/possibilités/menaces); le cycle de vie des produits; les stratégies de commercialisation; la planification et le contrôle financiers, etc. Les quatre ateliers distincts ont duré trois heures chacun et ont constitué une excellente suite à l'analyse des besoins de formation, étant donné que ces ateliers ont couvert les domaines clés identifiés comme importants pour le développement de l'entreprise. Les ateliers ont eu lieu au centre d'affaires en Irlande du Nord et ont été organisés par l'Enterprise Agency sur l'île de Wight. Les possibilités de tutorat et de travail en réseau ont occupé une part importante des activités des ateliers.

La dernière activité menée à la fin de février 2006 a été la visite d'échange de bonnes pratiques en Irlande du Nord, au cours de laquelle toutes les participantes se sont de nouveau réunies pour le week-end. Le programme était constitué d'un séminaire de vente, d'un atelier de contrôle de santé, d'un atelier de gestion du stress et d'une visite de jumelage d'entreprises. Il comportait également neuf heures de tutorat par participante.



■ 3. Réalisations et résultats concrets

Le programme a dépassé toutes les attentes. Les participantes ont acquis un degré élevé de motivation et de confiance dans leurs entreprises en rencontrant d'autres participantes et en partageant bonnes pratiques et problèmes tout au long du programme.

Elles ont pu identifier des possibilités de développement susceptibles de profiter à leurs entreprises, que ce soit à travers la formation qu'elles ont reçue, le tutorat ou la connaissance d'autres groupes. Le programme a permis à cinq participantes de créer leur propre site internet, un outil essentiel pour toute entreprise et pour de nouveaux débouchés.

Le programme a encouragé la mise en réseau, ce qui a été extrêmement profitable à toutes les personnes participant au projet. Le partage des problèmes et les conseils formulés par les formateurs et d'autres participantes ont permis de résoudre rapidement tous les problèmes d'entreprise.

Chaque participante a acquis une expérience et des conseils précieux de sa «partenaire jumelle» sur l'île de Wight. Cela leur a donné l'occasion unique d'examiner leurs entreprises respectives et d'entrevoir de nouvelles idées/possibilités pour ces dernières.

À la fin du programme, l'analyse initiale des besoins de formation a été revue et a fait l'objet d'une discussion avec les participantes. Chaque participante a présenté une amélioration dans au moins un des domaines clés identifiés. L'analyse post-formation a révélé une meilleure connaissance d'un certain nombre de thèmes. Six des sept participantes d'Irlande du Nord ont également reçu de petites subventions pour les aider

en matière de marketing, de technologies de l'information et autres équipements.

■ 4. Difficultés rencontrées/enseignements tirés

Aucun problème majeur n'est survenu au cours du projet, mais les difficultés suivantes ont été rencontrées. Il a été difficile de recruter des participantes au début du programme, et finalement leur nombre a été réduit de dix à sept. Les différences d'approche en matière de développement d'entreprise entre les deux GAL ont posé quelques problèmes lors de la conception du projet.

■ 5. La valeur ajoutée Leader+ du projet

Le programme a souligné l'importance de l'innovation, de la coopération et de la mise en réseau, qui sont toutes des caractéristiques spécifiques essentielles de l'approche Leader+. Il a amené de petites entreprises privées et de l'économie sociale (des entreprises qui utilisent leurs bénéfices à des fins sociales ou environnementales) à collaborer avec les GAL et les centres d'affaires locaux afin d'améliorer l'infrastructure des entreprises de la région.

■ 6. Durée

Le projet a démarré en septembre 2005 et s'est terminé en juillet 2007.

■ 7. Budget

Le budget total du projet s'élève à 101 981 EUR, dont 37 762 EUR provenant du FEOGA, 37 762 EUR de fonds publics nationaux et 26 457 EUR de fonds privés.





Coordonnées du GAL

Nom du GAL: North Antrim

Personne à contacter: Andrew McAlister

Adresse: Old Schoolhouse, 25 Mill Street, Cushendall,
BT44 0RR, Royaume-Uni

Tél. (44-28) 21 77 21 38

Fax (44-28) 21 77 21 37

E-mail: north-antrim-leader@antrim.net



Coordonnées de l'opérateur local

Nom de l'organisation: Ballymena Business Centre/
Isle of Wight In To Biz

Personnes à contacter: Joanne Kerr Browne/
Hammie Tappenden

Adresse: 62 Fenaghy Rd, Galgorm Ind Estate, Ballymena,
BT42 1FL, Royaume-Uni

Tél. (44-28) 25 65 86 16/(44-19) 83 24 80 33

Fax (44-28) 25 63 08 30/(44-19) 83 24 80 33

E-mail: enquiries@ballymenabusiness.co.uk

info@intobiz.co.uk

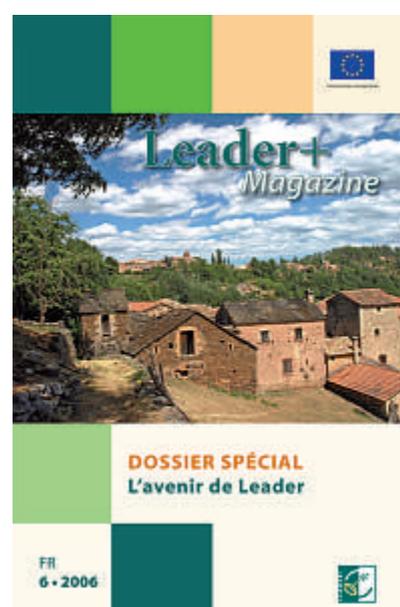
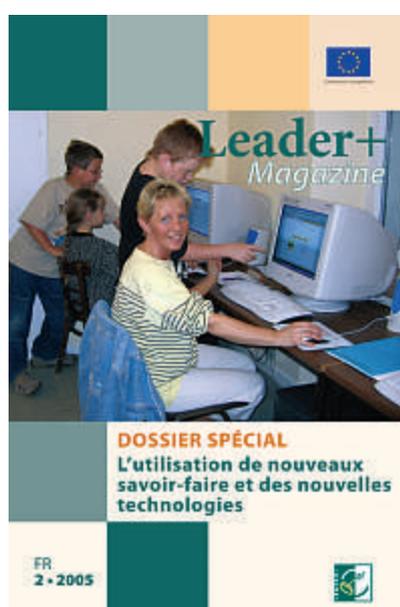
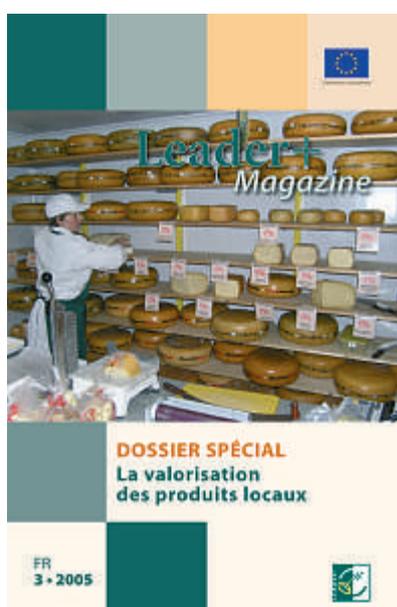
Internet: www.ballymenabusiness.co.uk

Photographies mises à disposition par le GAL North Antrim

Un grand nombre d'informations supplémentaires concernant Leader+ ainsi qu'un ensemble d'outils interactifs utiles sont disponibles sur le site internet de Leader+ à l'adresse suivante:

<http://ec.europa.eu/leaderplus>

Vous trouverez notamment sur ce site la base de données des bonnes pratiques dont sont extraites les meilleures pratiques présentées dans la présente publication. Vous aurez également la possibilité de consulter et de commander la première et la seconde publication de la sélection des meilleures pratiques tout comme les magazines Leader+.





La présente sélection des meilleures pratiques Leader+ est une publication de l'Observatoire des territoires ruraux.

Leader (liaison entre actions de développement de l'économie rurale) est une initiative communautaire lancée par la Commission européenne et coordonnée par la direction générale de l'agriculture et du développement rural (unité F.3). Le contenu de cette publication ne reflète pas nécessairement la position des institutions de l'Union européenne.

Comité de rédaction: Observatoire européen des territoires ruraux

Éditeur responsable: Josefine Loriz-Hoffmann, Commission européenne, DG Agriculture et développement rural, unité F.3, rue de la Loi 130, B-1040 Bruxelles

Les **photographies** ont été fournies par les groupes d'action locale.

Couverture: photographie fournie par le GAL Entwicklungsverein Natur- und Kulturerbe Vorarlberg

La présente sélection des meilleures pratiques Leader+ est publiée dans vingt-deux langues officielles de l'Union européenne et est tirée à 43 600 exemplaires.

Pour en savoir plus: <http://ec.europa.eu/leaderplus>

© Communautés européennes, 2008

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source

Manuscrit finalisé en décembre 2007

Printed in Luxembourg

IMPRIMÉ SUR PAPIER BLANCHI SANS CHLORE

Pour obtenir des exemplaires supplémentaires de la présente publication,

veuillez adresser un courriel à:

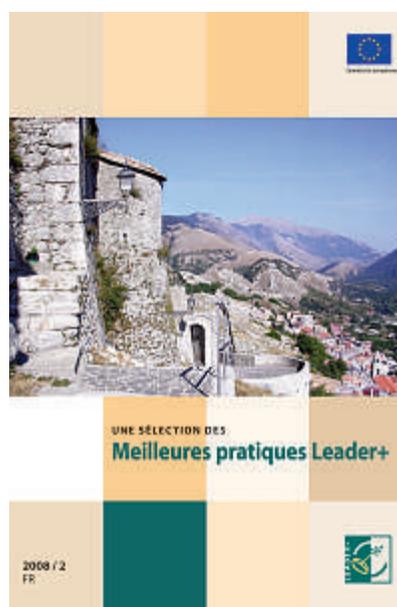
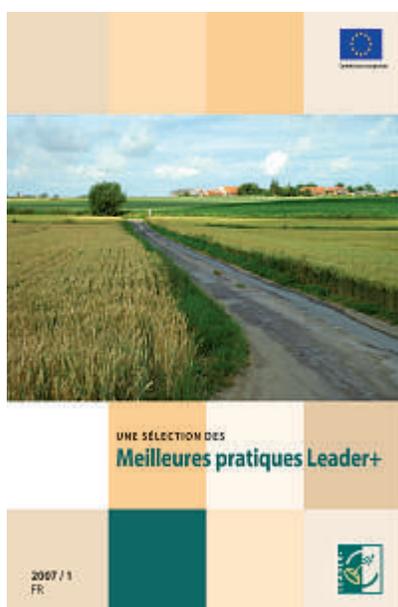
AGRI-LEADERPLUS-PUBLICATIONS@ec.europa.eu

en mentionnant vos coordonnées complètes

ainsi que la quantité et la version linguistique souhaitées.



La présente publication de la Commission européenne a pour ambition de faciliter l'accès à l'information sur le programme d'initiative communautaire Leader+. Notre objectif est de fournir une information précise et actualisée. Si des erreurs sont portées à notre connaissance, nous nous efforçons de les corriger. Cependant, la Commission ne saurait être tenue responsable des informations publiées dans cette publication, en particulier en ce qui concerne les données financières des projets décrits ainsi que l'éligibilité des dépenses. Les lecteurs sont ainsi invités à la prudence avant d'utiliser ces données, ce qu'ils feraient à leurs propres risques.





Nom

Leader (liaison entre actions de développement de l'économie rurale)

Type de programme

Initiative communautaire

Domaines cibles

Leader+ s'articule autour de trois volets:

- ▶ volet 1: soutien de stratégies de développement rural territoriales, intégrées et pilotes, s'appuyant sur une approche ascendante;
- ▶ volet 2: soutien de coopérations entre territoires ruraux;
- ▶ volet 3: mise en réseau.

Thèmes stratégiques prioritaires

Les thèmes prioritaires arrêtés par la Commission pour Leader+ sont les suivants:

- ▶ valorisation des ressources naturelles et culturelles, y compris les sites;
- ▶ amélioration de la qualité de vie dans les zones rurales;
- ▶ valorisation des produits locaux, notamment en facilitant, par des démarches collectives, l'accès aux marchés pour les petites structures de production;
- ▶ utilisation de nouveaux savoir-faire et de nouvelles technologies pour rendre plus compétitifs les produits et services dans les zones rurales.

Destinataires et produits éligibles

L'assistance financière au titre de Leader+ est accordée à des partenariats, appelés groupes d'action locale (GAL), impliquant des partenaires issus des secteurs public, privé et associatif, regroupés pour mettre en œuvre des programmes de développement local sur leur territoire. Leader+ est conçu pour aider les acteurs ruraux à tenir compte du potentiel à long terme de leur région. Il encourage la mise en œuvre de stratégies intégrées, exigeantes et originales pour le développement durable, ainsi que la coopération nationale et transnationale. Puisqu'il faut concentrer les ressources communautaires sur les stratégies locales les plus prometteuses et leur donner le maximum d'efficacité, le financement est accordé sélectivement à un nombre limité de territoires ruraux. La procédure de sélection est transparente et rigoureuse.

Des projets individuels cadrant avec la stratégie locale peuvent être financés pour chaque programme de développement local. Leader+ soutient tous les projets pouvant bénéficier des concours du Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA), du Fonds européen de développement régional (FEDER) et du Fonds social européen (FSE).

Au niveau décisionnel, dans les GAL, les partenaires socio-économiques et les associations doivent constituer 50 % au minimum du partenariat local.

Durée de la période de programmation

2000-2006

Dotations communautaires

5 046,50 millions d'EUR, dont 2 106,30 millions d'EUR (2 143,50 millions après l'indexation à mi-parcours) sont financés par la section «Orientation» du FEOGA, le reste provenant de contributions publiques et privées.

DOI 10.2762/27050

ISBN 978-92-79-07253-6



9 789279 072536